

Investigaciones

2018

ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS
EMPRESAS DEL SEGMENTO DE TURISMO,
EVENTOS Y NEGOCIOS EN EL DEPARTAMENTO
DEL ATLANTICO **2013 - 2017**



Investigaciones

2018

ISBN 978-958-56026-9-4

Gustavo Pacheco Castro

Jefe de investigaciones Económicas

Janinne Pinedo Jiménez

Gerente Cluster Turismo, Eventos y Negocios

Karen Senior Anillo

Cluster Turismo, Eventos y Negocios

Daisy Nieto Rodríguez

Investigador Económico

Claudia Wilches Serrano

Investigador Económico

Javier Avendaño Avila

Diseño y Diagramación

Mercadeo

2018

Contenido

Resumen	7
Introducción	8
1. Estructura empresarial del Atlántico	10
2. Segmentos productivos/cluster en proceso de dinamización	12
3. El sector turístico	14
3.1 El sector turístico en el contexto mundial	14
3.2 El sector turístico en Colombia	14
3.3 El sector turístico en la región Caribe	15
3.4 El sector turístico en el departamento del Atlántico	16
4. Turismo de Eventos y Negocios (TEN)	17
5. Estructura del segmento de Turismo, Eventos y Negocios (TEN) en el Atlántico	18
5.1 Número de empresas	18
6. Análisis espacial de las empresas	21
7. Edades de las empresas	32
8. Las 50 empresas del segmento TEN con mayores edades	37
9. Tamaño de las empresas del segmento TEN	39
10. Empresas nuevas	42
11. Empresas liquidadas	47
12. Tasa neta de empresas	49
13. Activos Totales	50
14. Ventas Netas	54
15. Utilidades netas	56
16. Número de empleados	58
17. Incentivos económicos para el turismo	60
Conclusiones	62
Bibliografía	68
Anexos	69

Índice de cuadros

Cuadro 1. Estructura empresarial del Atlántico según sectores y tamaño en 2013	10
Cuadro 2. Estructura empresarial del Atlántico según sectores y tamaño en 2017	11
Cuadro 3. Número de empresas del segmento TEN por eslabones 2013 – 2017	19
Cuadro 4. Número de sociedades del segmento TEN por eslabones 2013 – 2017	19
Cuadro 5. Número de personas naturales del segmento TEN por eslabones 2013 – 2017	20
Cuadro 6. Ubicación de las sociedades y personas naturales del segmento TEN del Atlántico según municipios en 2013 -2017	23
Cuadro 7. Ubicación de las sociedades y personas naturales del segmento TEN según localidades en Barranquilla en 2013 – 2017	24
Cuadro 8. Sociedades y personas naturales del segmento TEN según eslabones en la localidad Norte – Centro Histórico en 2017	24
Cuadro 9. Edades de las empresas del segmento TEN 2013 – 2017	32
Cuadro 10. Edades de las sociedades y personas naturales del segmento TEN según eslabones 2013 – 2017	33
Cuadro 11. Edades de las sociedades del segmento TEN 2013 – 2017	34
Cuadro 12. Edades de las sociedades del segmento TEN según eslabones 2013 – 2017	34
Cuadro 13. Edades de las personas naturales del segmento TEN 2013 – 2017	35
Cuadro 14. Edades de las personas naturales del segmento TEN según eslabones 2013 – 2017	36
Cuadro 15. Las 50 empresas del segmento TEN con mayores edades	37
Cuadro 16. Número de sociedades y personas naturales del segmento TEN según tamaño 2013 – 2017	39
Cuadro 17. Número de sociedades del segmento TEN según tamaño 2013 – 2017	40
Cuadro 18. Número de personas naturales del segmento TEN según tamaño 2013 – 2017	40
Cuadro 19. Número de sociedades y personas naturales nuevas en el segmento TEN 2013 – 2013	42
Cuadro 20. Número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones del segmento TEN 2013 – 2017	43
Cuadro 21. Número de sociedades nuevas según eslabones del segmento TEN 2013 – 2017	43
Cuadro 22. Número de personas naturales nuevas según eslabones del segmento TEN 2013 – 2017	44
Cuadro 23. Número de sociedades y personas naturales nuevas según tamaño del segmento TEN 2013 – 2017	44

Cuadro 24. Número de sociedades nuevas según tamaño del segmento TEN 2013 – 2017	45
Cuadro 25. Número de personas naturales nuevas según tamaño del segmento TEN 2013 – 2017	45
Cuadro 26. Número de empresas liquidadas del segmento TEN según eslabones en 2013 – 2017	47
Cuadro 27. Empresas liquidadas del segmento TEN y total general sociedades en 2013 – 2017	48
Cuadro 28. Sociedades nuevas y liquidadas en el segmento TEN 2013 – 2017	49
Cuadro 29. Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones del segmento TEN en 2013 - 2017 (Pesos corrientes)	50
Cuadro 30. Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones del segmento TEN en 2013 - 2017 (Pesos constantes)	51
Cuadro 31. Activos totales de las sociedades y personas naturales según tamaño del segmento TEN en 2013 - 2017 (Pesos constantes)	51
Cuadro 32. Activos totales de las sociedades según tamaño del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos constantes)	52
Cuadro 33. Activos totales de las personas naturales según tamaño del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos constantes)	52
Cuadro 34. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos corrientes)	54
Cuadro 35. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos constantes)	54
Cuadro 36. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño 2013 - 2017 (Pesos constantes)	55
Cuadro 37. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos corrientes)	56
Cuadro 38. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos constantes)	56
Cuadro 39. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño 2013 - 2017 (Pesos constantes)	57
Cuadro 40. Número de empleados de las sociedades del segmento TEN según tamaño en 2013 – 2017	58
Cuadro 41. Número de empleados de las sociedades del segmento TEN según eslabones en 2013 – 2017	59

Índice de gráficos

Gráfico 1. Número de sociedades y personas naturales según eslabones y tamaño: participación porcentual promedio 2013 – 2017	41
Gráfico 2. Número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones y tamaño: participación porcentual promedio 2013 – 2017	46
Gráfico 3. Activos totales según tamaño de las sociedades y personas naturales por eslabón: Participación porcentual promedio 2013 – 2017	53
Gráfico 4. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño y eslabones. Participación porcentual promedio 2013 – 2017	55
Gráfico 5. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño y eslabones. Participación porcentual promedio 2013 – 2017	57
Gráfico 6. Número de empleados de las sociedades del segmento TEN según tamaño y eslabones. Participación porcentual promedio 2013 – 2017	59

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. Mapa Área Metropolitana de Barranquilla (AMB) – Segmento TEN	22
Ilustración 2. Plano Barranquilla - eslabón proveedores de eventos	25
Ilustración 3. Plano Barranquilla - eslabón alimentos y bebidas	26
Ilustración 4. Plano Barranquilla eslabón - organización de eventos	27
Ilustración 5. Plano Barranquilla - eslabón hoteles	28
Ilustración 6. Plano Barranquilla - eslabón arte, recreación y cultura	30
Ilustración 7. Plano Barranquilla - eslabón transporte	30
Ilustración 8. Plano Barranquilla - eslabón academia	31

Resumen

En este trabajo se estudia el comportamiento de las empresas del segmento de Turismo, Eventos y Negocios (TEN), en el departamento del Atlántico, durante el periodo 2013 – 2017, en términos de activos, ventas, utilidades y personal ocupado, teniendo como fuente el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla. Es de resaltar que este se encuentra integrado por actividades económicas relacionadas con la promoción del turismo de negocios como hotelería, recintos feriales, agencias de viajes, restaurantes, transporte aéreo y terrestre, organizadores profesionales de congresos y eventos.

Por el impacto favorable del TEN para la ciudad y el departamento en materia de empleos, impulso de negocios, fomento de la innovación y formalización empresarial, entre otros, el "Equipo Destino", conformado por la Alcaldía Distrital de Barranquilla, la Gobernación del Atlántico, ProBarranquilla y la Cámara de Comercio de Barranquilla, le confiere un alto grado de relevancia por ser un segmento estratégico para la proyección de esta sección del país a nivel nacional e internacional.

Dentro de los principales resultados que arroja la citada investigación se tiene que 76 de cada 100 empresas que integran al segmento TEN no supera los siete años de haber entrado a competir en el mercado, es decir, son unidades productivas supremamente jóvenes; asimismo, en el periodo de análisis los activos totales experimentaron una tasa anual de crecimiento real del 22%, mientras que las ventas netas lo hicieron con el 7,6%.

Ahora bien, es de anotar que los eslabones donde se concentran las más altas contribuciones en cuanto se refiere a número empresas, personal ocupado e indicadores como activos, ventas y utilidades son en su orden proveedores de evento y transporte. De otro lado, cabe resaltar que las grandes compañías, por sus mayores aportes, sobresalen en casi todas las variables relacionadas.

Palabras clave: turismo de negocio, segmento productivo, eslabones, economía

Abstract

In this work, we study the behavior of companies of the Departamento del Atlántico - Colombia in the Tourism, Events and Business (TEB) segment during the period of time from 2013 to 2017 in terms of assets, sales, profits and employed personnel, with the data of the commercial register of the Barranquilla Chamber of Commerce as the main source for this research. It is to stand out, that this sector is made up of economic activities related to the promotion of business and tourism such as hotels, trade fairs, travel agencies, restaurants, air and ground transportation, professional organizers of congresses and events.

Due to the favorable impact of the TEB segment for the city and the territory in terms of employment, business promotion and the development of innovation and business formality, among others, the "Equipo Destino", made up of the Alcaldía Distrital de Barranquilla, Gobernación del Atlántico, ProBarranquilla and the Barranquilla Chamber of Commerce, gives it a high degree of relevance as a strategic business segment for the projection of this sector of the country at national and international level.

Among the main results of this research, it was found that 76 out of every 100 companies in the TEB segment do not surpass seven years after entering the market, that is to say, they are extremely young production units; likewise, in the same analysis period of time, the total assets experienced an annual real growth rate of 22%, while net sales did so with 7.6%.

However, it should be noted that the business links where the highest contributions are concentrated in terms of the number of companies, staff employed and some economic indicators such as assets, sales and profits are in the Event and Transportation providers. On the other hand, it should be noted that the large companies, due to their greater contributions, stand out in almost all related variables.

Keywords: business tourism, productive business segment, business links, economy

Introducción

En el documento “Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010 – 2016”, elaborado por la Cámara de Comercio de Barranquilla y que fue publicado en 2017, se indica que hay un marcado “interés académico en torno al estudio de la actividad clúster”. En efecto, “se plantea desde diferentes ámbitos, a partir del análisis de un contexto integrado que toma como evidencia el aporte al crecimiento económico, en la configuración de espacios regionales y en la activación de procesos innovadores, que permiten que las empresas desarrollen un papel más activo en la construcción de nuevos escenarios locales”.

En tal perspectiva se puede decir que “los estudios económicos modernos, desde sus inicios se han abocado a entender el comportamiento de las firmas y sus resultados han generado un gran interés, sobre todo porque entender la dinámica empresarial permite establecer políticas que favorezcan y con ella, beneficien a toda la población (Arellanos & Jiménez, 2016)”.

De allí que desde el Área de Investigaciones Económicas de la Cámara de Comercio de Barranquilla, se vienen realizando una serie de estudios periódicos con el propósito de ejercer seguimiento constante a la actividad empresarial en el departamento del Atlántico, y en especial al sistema de clúster o segmentos productivos dinamizados por esta entidad.

Al igual como ha ocurrido con los anteriores documentos relativos con el análisis del comportamiento de las empresas que integran los cluster, para el presente estudio “Análisis del comportamiento del segmento de turismo, eventos y negocios en el departamento del Atlántico 2013 – 2017” la fuente principal de información es el registro mercantil de la Cámara de Comercio de Barranquilla y su estructuración es muy similar al de las investigaciones llevadas a cabo años tras años, con el propósito de darle continuidad a tan importante trabajo. En este orden es de resaltar que con el objeto de obtener una serie de datos lo más confiable posible, se efectuó, como se ha venido haciendo con otros segmentos productivos o cluster, un proceso de depuración de la información de las empresas, ya sean sociedades o personas naturales.

De las variables examinadas se observa que solo en el caso de activos el 100% de las empresas seleccionadas para este estudio declararon dicha información para los años en cuestión, la segunda variable en la que más unidades económicas expresaron datos fue en número de empleados con un promedio entre 2013 – 2017 de 57%, mientras que la información perteneciente a la variable ventas la registró en promedio el 39% de las personas jurídicas, en tanto que para utilidades el porcentaje fue del 36%.

Por otra parte, es de aclarar que para efecto del análisis de la información del número de empresas y activos se escogieron tanto a las personas naturales como a las sociedades, mientras que para las ventas, utilidades y número de empleados se eligieron solamente las sociedades por reportar una mayor cantidad de datos.

1. Estructura empresarial del Atlántico

Cuadro 1. Estructura empresarial del Atlántico según sectores y tamaño en 2013

2013					
Sectores	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agropecuario	588	140	42	27	797
Minería	64	14	7	14	99
Industria	4.873	338	84	109	5.404
Electricidad- gas-agua	388	16	6	14	424
Construcción	2.267	446	108	85	2.906
Comercio, restaurantes y hoteles	19.965	999	197	109	21.270
Transporte	1.311	261	57	39	1.668
Finanzas	783	123	19	31	956
Servicios	15.079	1.093	205	138	16.515
Total	45.318	3.430	725	566	50.039

Cuadro 2. Estructura empresarial del Atlántico según sectores y tamaño en 2017

2017					
Sectores	Micro	Pequeña	Mediana	Grande	Total
Agropecuario	681	184	77	14	956
Minería	71	20	8	13	112
Industria	6.159	389	135	87	6.770
Electricidad- gas-agua	474	22	8	9	513
Construcción	3.526	589	188	75	4.378
Comercio, restaurantes y hoteles	29.346	1.176	317	84	30.923
Transporte	1.838	304	83	37	2.262
Finanzas	1.085	172	79	93	1.429
Servicios	15.235	1.505	399	93	17.232
Total	58.416	4.361	1.294	505	64.575

De acuerdo con la estructura empresarial del Atlántico para 2017, al igual que ha ocurrido en años anteriores, la mayor cantidad de unidades productivas recae sobre las microempresas; en este caso con el 90,5% del total, seguidas de las pymes que participan con el 8,7%, presentando esta categoría un leve incremento con respecto al 2013 cuando el porcentaje fue del 8,3%. Para las grandes compañías aunque solo alcanzan el 0,8% de los registros de la Cámara de Comercio de Barranquilla en 2017 hay que decir que estas se han mantenido estables en los últimos cinco años.

Entre los años 2013 y 2017 las diferentes Tasas Anuales de Crecimiento (TAC) de la estructura empresarial del Atlántico a nivel sectorial se registran

de la siguiente manera; construcción y finanzas presentan la mayor variación anual con índices que oscilan entre un 10,8% y 10,6%; mientras comercio experimenta una tasa de 9,8%; por su parte, transporte e industria muestran un crecimiento de 7,9% y 5,8% respectivamente; de otro lado, las actividades agropecuaria, electricidad-gas-agua, minería y servicios son los sectores con las tasas de crecimiento más bajas, 4,7%, 4,9%, 3,1% y 1,1% en su orden.

Continuando con el análisis de las TAC, según tamaño, las pymes toman la delantera con un 8%, seguidas por las microempresas con 6,6% y en último lugar las grandes compañías que registraron un crecimiento negativo (-2,8%).

2. Segmentos productivos/cluster en proceso de dinamización

Como se señala en el estudio “Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010–2016” la extensión de palabras utilizadas para la definición de este concepto puede variar de un autor a otro, por ejemplo, como aparece en el documento de proyecto de las naciones unidas Cluster y políticas de articulación de América Latina:

Según Enright (1992), un “Cluster” “es una aglomeración de firmas de un mismo sector productivo o industrial o de actividades económicas

vinculadas, en un área geográfica delimitada; está constituido por empresas de relativa especialización, reflejando una marcada división del trabajo –lo que deriva en ventajas de escala y productividad–, y de base tecnológica semejante y en permanente proceso de adopción de mejores técnicas”

De acuerdo con Enright, tenemos una amplia definición de cluster que incluye los beneficios de estos, de manera similar lo define Joseph Ramos (1998), de la CEPAL, según el cual el cluster es:

“Una concentración sectorial y/o geográfica de empresas en las mismas actividades o en actividades estrechamente relacionadas, con importantes y acumulativas economías externas, de aglomeración y especialización -de productores, proveedores y mano de obra especializada, de servicios anexos específicos al sector- con la posibilidad de acción conjunta en búsqueda de eficiencia colectiva”

Ahora bien, de igual manera encontramos definiciones más concisas como la emitida por Doeringer, P.B. y D.G. Terkla. 1995, en *Business strategy and cross-industry clusters*, donde limita el concepto de cluster a “Una concentración geográfica de industrias que obtienen ventajas en su desempeño a través de la co-localización”; o la emitida por Michael Porter (1990) en su estudio *la Ventaja Competitiva de las Naciones*, siendo la definición más reconocida en donde el cluster se traduce en “Una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos”.

Por su parte, como se ha manifestado en estudios anteriores, la Cámara de Comercio de Barranquilla ha adoptado su propia definición de cluster, la cual consiste en “un conjunto de industrias de apoyo y relacionadas que se organizan alrededor de usos finales comunes. El cluster es mucho más que un sector y que una cadena productiva”.

En resumen, se puede anotar que los cluster desde todo punto de vista son una fábrica de competitividad basada en la cooperación de sus integrantes, tal como aparece en el estudio *Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010-2015* “La dinamización de cluster para la Cámara de Comercio de Barranquilla es un tema que resulta de vital importancia, por cuanto con ello se pretende contribuir a mejorar de manera constante la competitividad de las empresas en el departamento del Atlántico”.

Hasta el año de 2017 la Cámara de Comercio de Barranquilla “ha venido adelantando un proceso de dinamización de cuatro cluster, como son salud – farma, agroinsumos, servicios logísticos y muebles”, lo cual sin lugar a dudas sirve de base para este documento, en razón del aprendizaje y experiencia lograda.

Ahora bien en armonía con la actual estrategia competitiva de la Cámara de Comercio de Barranquilla, trazada hasta el año 2022, el Turismo de Eventos y Negocios (TEN) surge como uno de los segmentos clave, del cual se espera que contribuya, en los próximos años, con el desarrollo de la economía local mediante la generación de empleos, el fomento de la innovación, la formalización, la especialización y profesionalización en empresas, entre otros, de forma que ayude a elevar el bienestar social y calidad de vida de la población de Barranquilla y el departamento del Atlántico.

Como lo ha venido afirmando la Cámara de Comercio de Barranquilla es “importante dejar claro que el trabajo en cluster implica una visión de largo plazo, tanto en las instituciones territoriales y de entorno como también en el imaginario empresarial.

3. El sector turístico

3.1 El sector turístico en el contexto mundial

El sector turístico genera grandes posibilidades para la diversificación de las economías, esto debido al carácter intersectorial que posee. La Organización de las Naciones Unidas en un informe publicado en 2013 establece lineamientos, entre los cuales resalta la necesaria participación de actores como el Estado y las principales entidades del sector privado en el desarrollo del segmento. Por un lado, los gobiernos influyen por medio de políticas, desarrollo de infraestructuras y reglamentaciones. Y en el otro extremo, el papel que juegan las empresas privadas (pequeñas o grandes) en la oferta de bienes y servicios relacionados al turismo como: hoteles, restaurantes, transportistas, entre otros.

En su informe las Naciones Unidas de 2013 concluyen que “Se necesita toda una gama de políticas y

reglamentos, inversiones y cursos de formación para dar sostenibilidad a todas las actividades relacionadas con el turismo y contribuir al desarrollo sostenible.”

El turismo internacional ha presentado un crecimiento sostenido durante 7 años consecutivos con una tendencia positiva (4%), según informa la OMT¹.

No obstante, para el año 2017 exhibió un notable aumento (7%), y se prevé que se mantenga este impulso en el sector, según afirma dicho organismo. Entre las regiones que experimentaron un mayor dinamismo se encuentran, Asia y el Pacífico, seguida de África y América. Por otra parte, en el año 2016 los principales destinos turísticos fueron Francia, Estados Unidos, España y China.

3.2 El sector turístico en Colombia

El ministerio de Comercio, Industria y Turismo, reconoce al turismo como un eje estratégico para elevar los índices de crecimiento de la economía colombiana, por lo tanto, se están realizando esfuerzos para transformarlo en uno de los motores que impulsen la economía.

En Colombia el sector turismo en los últimos años mostró un crecimiento promedio mayor que el del turismo internacional. Según Proexport², el promedio de llegadas internacionales entre los años 2000 a 2010 en el país fue de 10,6%, mientras que el mundial fue de 3,2%.

Para 2017, de acuerdo con un informe publicado por la ANIF³, la participación del sector turismo alcanzó a representar aproximadamente el 3% del PIB nacional. Ahora bien, de acuerdo con datos de la CITUR⁴, las entradas al país por concepto de turismo registraron una tasa de 1,8% para el año 2011, aumentando un poco más para 2017, al situarse en 3,2%. Sin embargo, el crecimiento ha sido inferior en comparación con otros países de Latinoamérica, por ejemplo. En Colombia la relación Turistas/Población es del 6%, mientras que la de México se acerca al 22% y la del Perú al 14% para el año 2017.

¹ Organización Mundial del Turismo

² Promoción de Turismo, Inversión y Exportaciones

³ Asociación Nacional de Instituciones Financieras: Centro de estudios económicos. Estudio publicado en enero de 2018

⁴ Centro de Información Turística

Actualmente en Colombia, se ha dado una mayor importancia al turismo como promotor del crecimiento económico. Según un estudio publicado en la revista Saber Ciencia y Libertad de la Universidad de Cartagena:

“Colombia aprovecha su gran diversidad geográfica y cultural que le permite una oferta turística más generosa y variada que los demás países considerados en un similar posicionamiento turístico. Debido a la importancia creciente que cobra la actividad hotelera dentro de la economía y su contribución dentro del PIB del país, el Gobierno Nacional ha optado de manera decidida por impulsar este renglón económico a través de acciones concretas que además contribuyan a la inversión extranjera.” (Peña, 2010).

3.3 El sector turístico en la región Caribe

En estudios realizados por el Banco de la República el Caribe Colombiano se caracteriza por tener una mayor vocación turística comparado con otras regiones del país, dado que ofrece diferentes tipos de turismo tales como el cultural, náutico, ecológico, sol y playa, de negocios, étnico e histórico. Además, frente a otros países del Caribe, cuenta con ciertas ventajas representadas en un talento humano calificado y en abundantes recursos naturales para la producción de alimentos y energía. Asimismo, está en el nodo o cruce de transporte de y hacia todo el mundo; se encuentra fuera de los circuitos de ciclones y tornados que azotan anualmente al Caribe.

El sector tiene una ventaja competitiva en la región, gracias a sus atractivos naturales, convenciones y eventos, la gran experiencia de las agencias de viaje y el alto valor de los sitios culturales. Empero, se requiere continuar realizando mejoras en la formación del capital humano; en la infraestructura; en los

atractivos turísticos; en la señalización de las ciudades y en el aumento del uso de otros idiomas, entre otros aspectos.

Según la información proporcionada por CITUR en el año 2017 versus 2016, la Guajira tuvo una dinamización alta en el turismo, puesto que presentó un crecimiento de 123,2% en el número de visitantes extranjeros no residentes, cuando en departamentos como el Atlántico, Cesar y Magdalena, por ejemplo, el aumento fue de 56,9%, 44% y 42,1%, en su orden.

Finalmente, es de señalar que la región Caribe colombiana en el 2017 registró un número de 5.923 empresas en el RNT⁵, de las cuales 4.096 se dedican al alojamiento y hospedaje, actividad que ha venido creciendo en los últimos años. En efecto, los visitantes extranjeros no residentes han registrado un incremento significativo, pasando de 321.470 en 2013 a 659.945 en 2017⁶.

⁵ Corresponde al Registro Nacional de Turismo

⁶ Cifras proporcionadas por CITUR

3.4 El sector turístico en el departamento del Atlántico

El departamento del Atlántico, posee una localización geográfica estratégica, con respecto al territorio nacional y otras zonas de la región: de cara al Mar Caribe, al lado del Río Magdalena y equidistante de Santa Marta y Cartagena. A su vez, el Atlántico y su capital Barranquilla están consolidados como un nodo de transporte y comunicación de cara a los mercados nacionales e internacionales, en vista de que existe una adecuada dotación de infraestructura portuaria y aeroportuaria.

El sector turístico en este territorio, tiene potencial para ser explotado a razón que existen espacios para desarrollos turísticos; tiene una red viaria principal en buen estado y con un aceptable grado de conectividad: cuenta con singulares atractivos naturales; tiene capacidad e instalaciones adecuadas para que se desarrollen eventos, negocios, congresos y convenciones.

Es de señalar, además, que el Atlántico en los últimos años ha venido ganando terreno en cuanto a empresas prestadoras de servicios turísticos se refiere, a tal punto que entre 2015 y 2017 el número de unidades presenta una variación de 7,2% al 11,3%, según datos proporcionados por CITUR.

De otro lado, según un informe de ProColombia⁷ en el departamento del Atlántico la llegada de viajeros extranjeros no residentes en el país entre el año 2015 y 2016 tuvo una variación de 12,7%, mientras que el aumento ocurrido entre 2016 y 2017 fue de 74,7%. Asimismo, de acuerdo con datos del Dane⁸, con cálculos de la Cámara de Comercio de Barranquilla, el crecimiento real⁹ de hotelería, restaurantes, bares y similares en el Atlántico entre los años 2010 a 2016 fue de 5,2%.

Dada esta realidad en el Atlántico y de acuerdo con el estudio elaborado, entre 2014 y 2016, por la firma consultora internacional ikei, el cual contó con recursos aportados por la CAF¹⁰ y la Cámara de Comercio de Barranquilla, se determinó que la vocación de Barranquilla y el departamento del Atlántico es posicionar a la ciudad como destino emergente de Turismo de Eventos - Negocio en el mercado nacional e internacional, debido a que recibe mayormente un turismo corporativo. En efecto, del total de los visitantes que llegan a la ciudad, el 84% declara motivo de negocio o para asistir alguna convención.

Soportado en lo anterior, se contrató a la firma Destination Next (Destination Marketing Association International) con el objeto de que aplicara una metodología global para medir destinos que incluye no menos de 20 tendencias futuristas de turismo, entre ellas la participación del entorno. Como estrategia se conformó el “Equipo Destino”, integrado por la Alcaldía Distrital de Barranquilla, la Gobernación del Atlántico, ProBarranquilla y la Cámara de Comercio de Barranquilla.

Dentro de las funciones de la Alcaldía y la Gobernación se encuentra trabajar en políticas públicas para consolidar este segmento; mientras que a ProBarranquilla le corresponde llevar a cabo toda la promoción, buscando local, nacional e internacionalmente eventos corporativos de asociaciones para atraerlos a la ciudad, además, tiene a su cargo la unidad de servicios para recibir eventos internacionales como congresos a fin de facilitar la información de proveedores, DMC y compañías que reúnen a quienes generan la cadena, prestan servicios y coordinan a las empresas interesadas en el desarrollo de los eventos. En tanto que a la Cámara de Comercio Barranquilla le corresponde la estructuración de la cadena de valor y la competitividad de las empresas, mediante la realización de campañas de formación, profesionalización y formalización, es decir, el objetivo es conocer de las unidades productivas las brechas que presentan en la actualidad, para ir cerrándolas con las labores que se ejecuten.

⁷ Entidad gubernamental encargada de promover el turismo, inversión extranjera, exportaciones no minero - energéticas en Colombia

⁸ Departamento Administrativo Nacional de Estadística

⁹ Pesos constantes después de haber descontado la inflación

¹⁰ Banco de Desarrollo de América Latina - CAF

4. Turismo de Eventos y Negocios (TEN)

Según la literatura económica el turismo de eventos y negocios (TEN) está integrado por actividades económicas relacionadas con la promoción del turismo de negocios como: hotelería, recintos feriales, agencias de viajes, restaurantes, transporte aéreo y terrestre, organizadores profesionales de congresos y eventos.

Para la Organización Mundial del Turismo -OMT-, el sector de reuniones y eventos, también conocido como sector de las reuniones, viajes de incentivos, conferencias y exposiciones o sector de las MICE (Meeting, incentives, congresses, exhibitions), comprende las actividades basadas en la organización, promoción, venta y distribución de reuniones y eventos; productos y servicios que incluyen reuniones gubernamentales, de empresas y de asociaciones; viajes de incentivos de empresas, seminarios, congresos, conferencias, convenciones, exposiciones y ferias.

De otro lado, según expertos el gasto turístico

mundial, representado en la industria de reuniones, en la actualidad es de alrededor del 22%. Al respecto América Latina participa con el 13% del mercado global. Para el caso de Colombia es de anotar, que el gasto promedio de un viajero que llega al país por motivos de eventos es de 450 dólares al día, con una estadía promedio de 3,5 días.

En lo que tiene que ver con Barranquilla en 2018, se tiene contemplado la realización de 22 eventos de esta naturaleza, estimando que asistirán 22.000 personas y generando 25 mil millones por gasto de los participantes. Para volver realidad una primera aproximación con respecto a qué se puede entender por turismo de negocios la aporta la Organización Mundial del Turismo, que define el turismo de negocios como: "aquel que se realiza fuera del lugar habitual de trabajo, pero sin obtener ninguna remuneración extra en el lugar de destino, y se realiza para asistir a ferias; congresos y convenciones; actividades comerciales; y prestación de servicios empresariales".

5. Estructura del segmento de Turismo, Eventos y Negocios (TEN) en el Atlántico

5.1 Número de empresas

Al estudiar en 2017 el número de empresas (sociedades y personas naturales) del segmento TEN en el departamento del Atlántico, en proceso de dinamización por parte de la Cámara de Comercio de Barranquilla, se observa que totalizó 1.430 unidades frente a 488 en 2013, para una tasa de crecimiento promedio anual del 30.8%.

Es de anotar que en términos de los eslabones del segmento TEN estos llegan a un número de siete, tal como aparece indicado en el cuadro 3. Dentro de estos la organización de eventos (71%), academia (56,5%), proveedores de eventos (31,4%) y alimentos

y bebidas (30,8%) son los que registran los mayores índices de crecimiento, en promedio, en el periodo 2013 – 2017.

De acuerdo con el número empresas por eslabones, se puede inferir que proveedores de eventos con un promedio en el lapso de estudio de 346 unidades, representa el mayor porcentaje (40,7%).

Luego le sigue alimentos y bebidas con 185 empresas en promedio y una participación de 21,8%, y hoteles con 107 empresas, en promedio, lo que equivale al 12,6% del total.

Cuadro 3. Número de empresas del segmento TEN por eslabones 2013 – 2017

Número total de sociedades y personas naturales					
Eslabón	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	2	7	6	7	12
Alimentos y bebidas	104	137	165	213	304
Artes, recreación y cultura	50	58	69	87	133
Hoteles	79	83	103	119	149
Organización de eventos	20	27	47	86	171
Proveedores eventos	197	245	314	386	587
Transporte	36	50	55	61	74
Total	488	607	759	959	1.430

Ahora bien, si dividimos el número de total de empresas del segmento TEN entre la cifra global de sociedades y personas naturales, en conjunto, registradas en la Cámara de Comercio de Barranquilla en el periodo 2013 – 2017, se observa que en promedio este representó el 3%, es decir, por cada 100 empresas que se encuentran en operación, un total de 3 corresponden a TEN.

Cuadro 4. Número de sociedades del segmento TEN por eslabones 2013 – 2017

Número de sociedades					
Eslabón	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	1	4	5	4	10
Alimentos y bebidas	98	127	158	204	293
Artes, recreación y cultura	45	53	64	81	124
Hoteles	28	34	40	47	61
Organización de eventos	7	11	19	37	74
Proveedores eventos	180	223	289	354	533
Transporte	36	45	48	54	65
Total	395	497	623	781	1.160

De las 1.430 empresas del segmento TEN un total de 1.160, o sea el 81,1% pertenece a sociedades o personas jurídicas y el otro 18,9% corresponde a las personas naturales. Cabe manifestar que la tasa anual de crecimiento, la cual se ubicó, en promedio, en 30,9% entre 2013 - 2017 fue prácticamente igual a la presentada por el número de empresas en general (sociedades y personas naturales). En esta categoría se destacaron por los más altos índices de crecimiento los eslabones de organización de eventos con el 80,3%, seguido de academia, 77,8%, alimentos y bebidas, 31,5%, y proveedores de eventos con el 31,2%.

Continuando con el análisis de las sociedades del segmento TEN en el departamento del Atlántico entre 2013 y 2017, se encuentra que el eslabón proveedores de eventos con 316 unidades absorbe el 45,7%, seguido de alimentos y bebidas con 176 empresas, para una participación del 25,5%, arte, recreación y cultura, 73 unidades con un porcentaje de 10,6%; y transporte, 50 empresas y un aporte del 7,2%.

Cuadro 5. Número de personas naturales del segmento TEN por eslabones 2013 – 2017

Número de personas naturales					
Eslabón	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	1	3	1	3	2
Alimentos y bebidas	6	10	7	9	11
Artes, recreación y cultura	5	5	5	6	9
Hoteles	51	49	63	72	88
Organización de eventos	13	16	28	49	97
Proveedores eventos	17	22	25	32	54
Transporte	0	5	7	7	9
Total	93	110	136	178	270

Tal como se comentó en párrafos anteriores, el número de personas naturales que conforman TEN con una participación del 18,9% dentro del total de empresas de este importante segmento, tuvo una tasa promedio anual de crecimiento entre los años 2013 y 2017 del 30,5%, muy parecida a la mostrada tanto por el total general de empresas como por las sociedades.

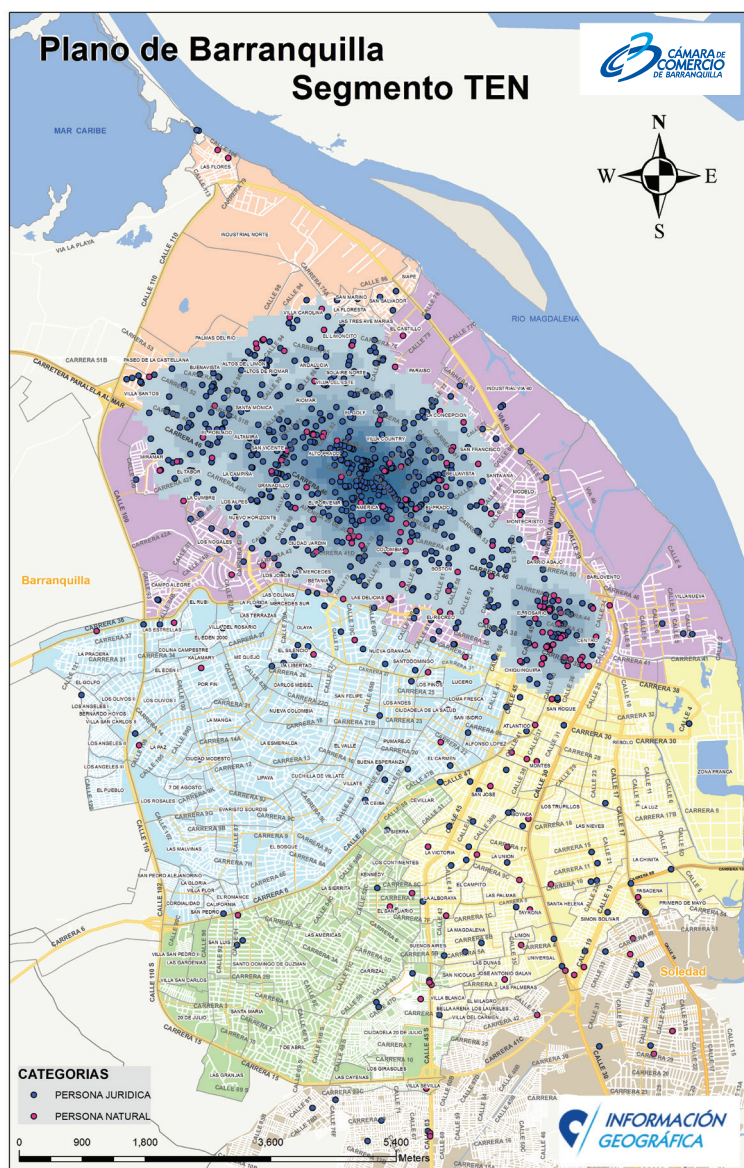
Por tipo de eslabones, se observa que las mayores tasas promedio de crecimiento anual en el periodo de estudio fueron para organización de eventos con el 65,3%, proveedores de eventos, 33,5%, academia, 18,9%, y alimentos y bebidas con el 16,4%.

Por otra parte, al distribuir el número de personas naturales de acuerdo con los eslabones, se aprecia que en promedio en 2013- 2017 hoteles con 65 unidades se caracteriza por tener la más alta representatividad, 41%, seguido de organización de eventos con 41 empresas, cuya participación es del 25,8%, y proveedores de eventos que con 30 unidades absorbió el 19,1%.

6. Análisis espacial de las empresas

“La característica más sobresaliente del estudio de la distribución geográfica de la actividad económica es en efecto la concentración de las industrias (Krugman, 1992), a partir del cual se analizan los factores que conducen a las unidades productivas a localizarse sobre un mismo territorio y a crear agrupamientos. Atendiendo a las necesidades propias del segmento al cual pertenecen, las empresas analizan los factores que influyen de forma directa en su actividad, tales como tamaño de mercado, proximidad a los clientes y proveedores (costo de transporte), mano de obra calificada, nivel tributario e infraestructura, de igual forma se consideran (Jacobs, 1969), las externalidades locales relacionadas (es decir, los beneficios derivados de la presencia local de empresas de la misma industria)” (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017).

Ilustración 1. Mapa Área Metropolitana de Barranquilla (AMB) – Segmento TEN



De acuerdo con lo indicado en el párrafo anterior, las 1.430 unidades productivas (sociedades y personas naturales) del Segmento TEN del Atlántico, se concentran especialmente en Barranquilla con un 88,9%, y Soledad con el 5%. Los otros municipios del AMB como son Puerto Colombia, Galapa y Malambo reúnen en conjunto el 3,3% de las empresas del

segmento.

Por su parte los municipios del departamento del Atlántico que se ubican fuera de la AMB les corresponden el 2,9% restante de las sociedades y personas naturales del segmento, resaltando a Sabanalarga que representa el 0,8% dentro del total.

Cuadro 6. Ubicación de las sociedades y personas naturales del segmento TEN del Atlántico según municipios en 2013 -2017

Municipios	Número de empresas	Participación
Baranoa	7	0,5%
Barranquilla	1.271	88,9%
Galapa	6	0,4%
Juan de Acosta	4	0,3%
Luruaco	1	0,1%
Malambo	14	1,0%
Ponedera	3	0,2%
Puerto Colombia	27	1,9%
Sabanalarga	11	0,8%
Santo Tomás	5	0,3%
Soledad	72	5,0%
Suan	1	0,1%
Tubará	3	0,2%
Otros municipios	5	0,4%
Total	1.430	100,0%

Refiriéndose a Barranquilla de manera específica el número de unidades productivas (sociedades y personas naturales) se concentra mayormente en la localidad de Norte - Centro Histórico (61,5%), seguida por Riomar con un 18,7%; Suroriente, 9,4%; Suroccidente, 5% y Metropolitana, 2,8%. **Ver cuadro 7.**

Cuadro 7. Ubicación de las sociedades y personas naturales del segmento TEN según localidades en Barranquilla en 2013 - 2017

Localidad	Número de empresas	Participación
Metropolitana	36	2,8%
Norte - Centro Histórico	782	61,5%
Riomar	238	18,7%
Suroccidente	63	5,0%
Suroriente	119	9,4%
No especificada	33	2,6%
Total	1.271	100,0%

Al analizar la ubicación espacial de las sociedades y personas naturales por eslabón, se observa que existen ciertas concentraciones en zonas y localidades importantes. Como se mencionó anteriormente la ciudad de Barranquilla absorbe la gran mayoría de empresas, de las cuales las más altas proporciones dentro de cada eslabón se concentran particularmente en la localidad Norte – Centro Histórico.

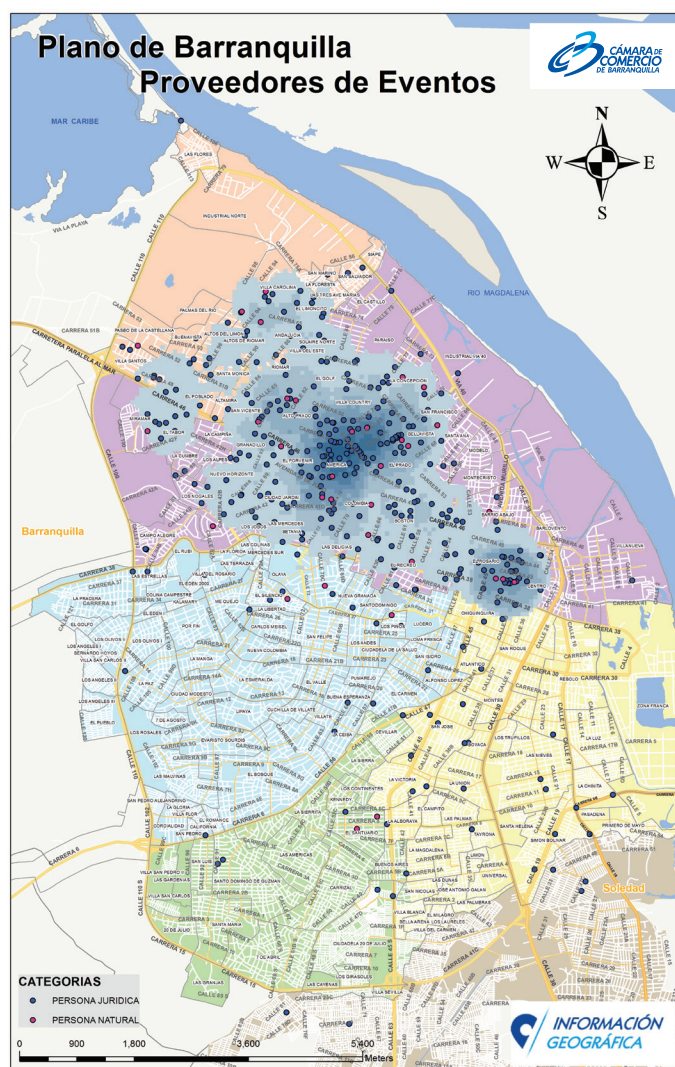
Cuadro 8. Sociedades y personas naturales del segmento TEN según eslabones en la localidad Norte – Centro Histórico en 2017

Eslabón	Participación
Academia	75,0%
Alimentos y bebidas	55,6%
Arte, recreación y cultura	48,9%
Hoteles	54,4%
Organización de eventos	39,6%
Proveedores de eventos	60,1%
Transporte	51,4%

Como se observa en la ilustración 2 proveedores de eventos, que es el eslabón que absorbe la gran mayoría de empresas y personas naturales del total, están concentradas en Barranquilla con un 92,4%, seguida de soledad con un 3,5%.

En el caso específico de la ciudad de Barranquilla las sociedades y personas naturales del eslabón proveedores de eventos se encuentran distribuidas por localidades de la siguiente forma: Norte Centro Histórico donde se ubica un 60% de las unidades productivas que lo integran, seguido de Riomar que absorbe el 12,3% de las empresas, Suroriente (7,8%), Suroccidente (6%) y Metropolitana (2,9%).

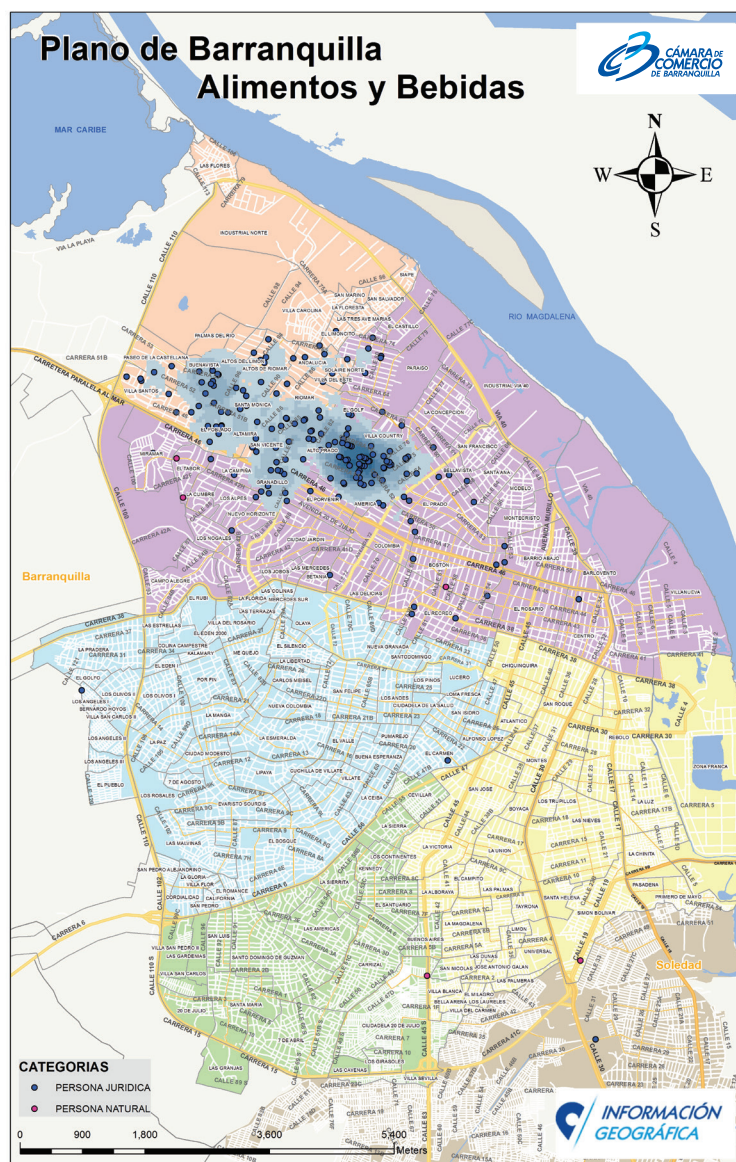
Ilustración 2. Plano Barranquilla - eslabón proveedores de eventos



De otro lado, y entrando a analizar un nuevo eslabón, en este caso el de alimentos y bebidas, se puede decir que su mayor concentración es en Barranquilla con el 92,4%, tal como se muestra en la ilustración 3. Luego le sigue Soledad con un 3,3%, porcentaje muy similar al del eslabón proveedores de eventos.

Al delimitar el análisis solo en Barranquilla, se aprecia que la localidad Norte – Centro Histórico absorbe el 55,6% de las sociedades y personas naturales del eslabón alimentos y bebidas; seguida de Riomar, 30,3%; Metropolitana, 2%; Suroccidente, 1,6% y Suroriente, 1,3%.

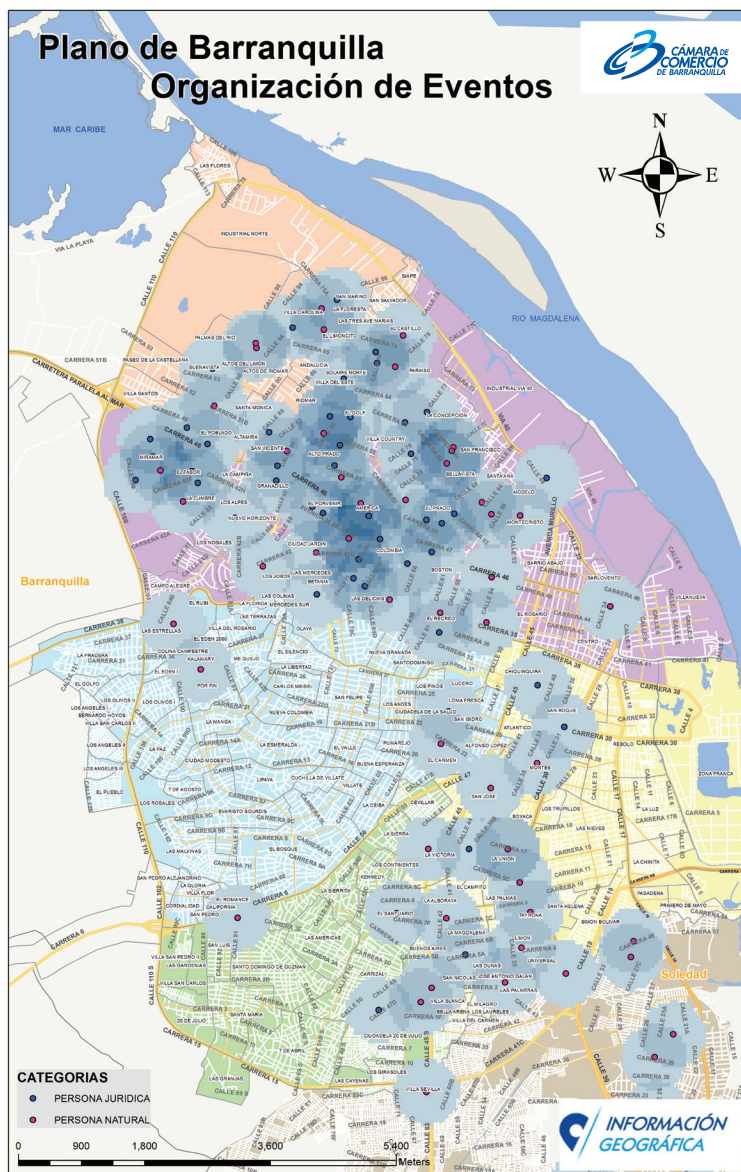
Ilustración 3. Plano Barranquilla - eslabón alimentos y bebidas



Continuando con el estudio de los eslabones en lo concerniente con su ubicación, se observa que las sociedades y personas naturales del eslabón organización de eventos en un 84,9% se sitúan en Barranquilla, seguida de Soledad con el 9%. Ver ilustración 4.

Para la situación concreta de Barranquilla la localidad con una mayor participación como sucede con los eslabones ya mencionados (proveedores de eventos, y alimentos y bebidas) es la localidad Norte – Centro histórico donde se aglutina la más alta proporción de empresas, 39,6%, seguida de Suroriente que absorbe el 16%, Riomar (13,6%) y Metropolitana (6,5%).

Ilustración 4. Plano Barranquilla eslabón - organización de eventos

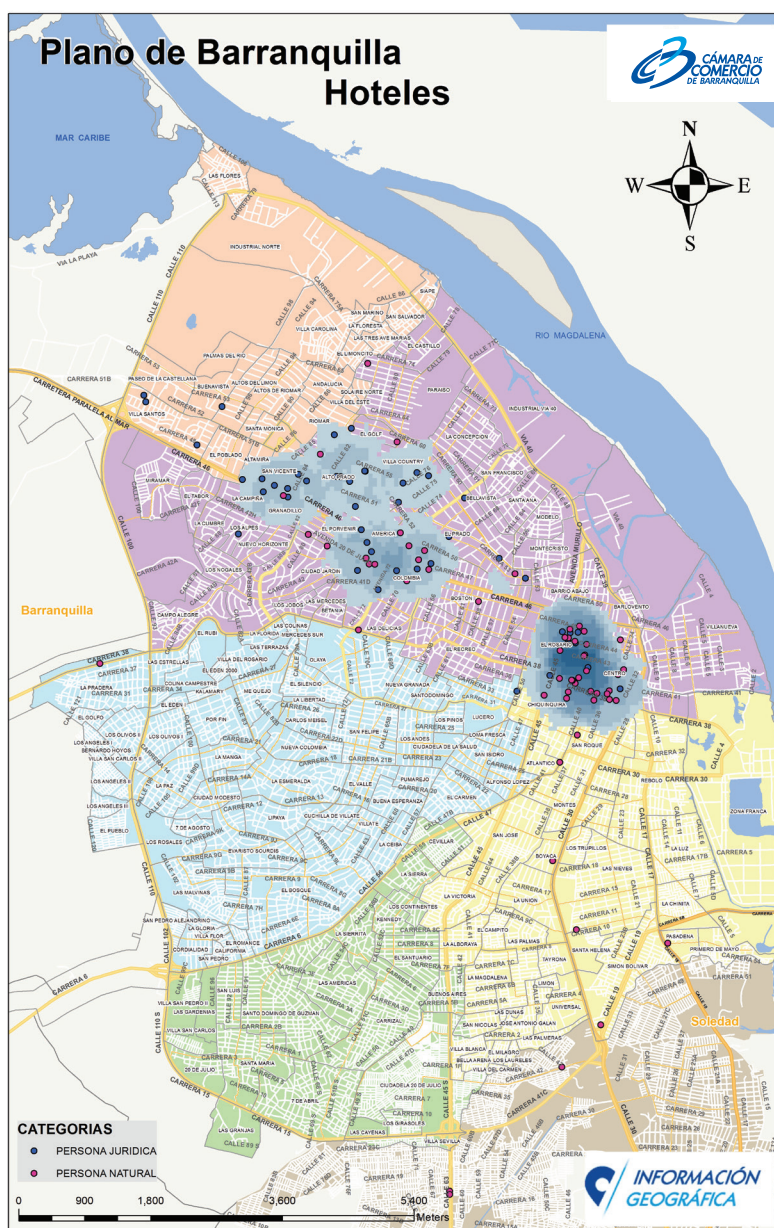


Específicamente en el eslabón de hoteles es dable reseñar que Barranquilla también se caracteriza por absorber el mayor porcentaje de empresas, alcanzando el 84,2%, y con una menor contribución el municipio de Soledad con un 5,6%.

En esta urbe las sociedades y personas naturales del

eslabón hoteles presentan una distribución por localidades, así: Norte Centro Histórico donde se ubica un 54,4% de las unidades productivas que lo conforman, seguido de Suroriente al que se le atribuye el 16,1%, Riomar (9,4%) y Suroccidente (1,3%). Ver ilustración 5.

Ilustración 5. Plano Barranquilla - eslabón hoteles



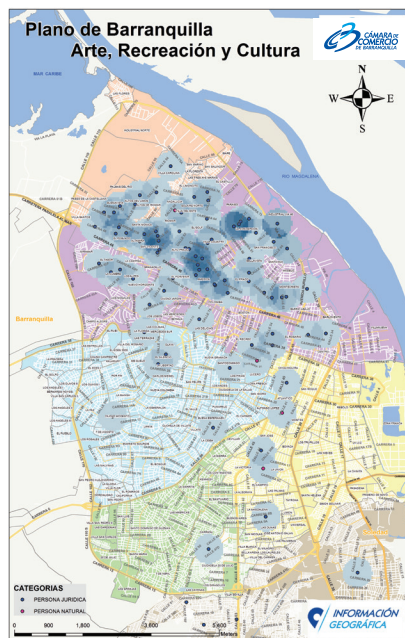
Por el lado del eslabón arte, recreación y cultura, y como se muestra en la ilustración 6 el mayor nivel de concentración se encuentra en Barranquilla, ciudad que participa dentro del total de sociedades y personas naturales con un 85,8%, seguida de Soledad con un 4,5%.

Es de considerar que el eslabón al que se hace

referencia no muestra grandes aglomeraciones.

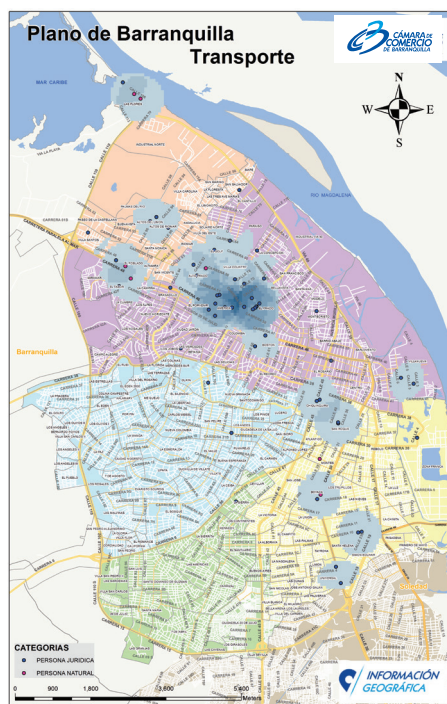
No obstante, el mayor número de empresas se ubica en las localidades Norte Centro Histórico y en Riomar, con el 48,9% y 20,3% respectivamente, entre tanto en el Suroccidente se registra un 6%, seguido de Suroriente y Metropolitana con el 5,3% y 0,8% restante.

Ilustración 6. Plano Barranquilla - eslabón arte, recreación y cultura



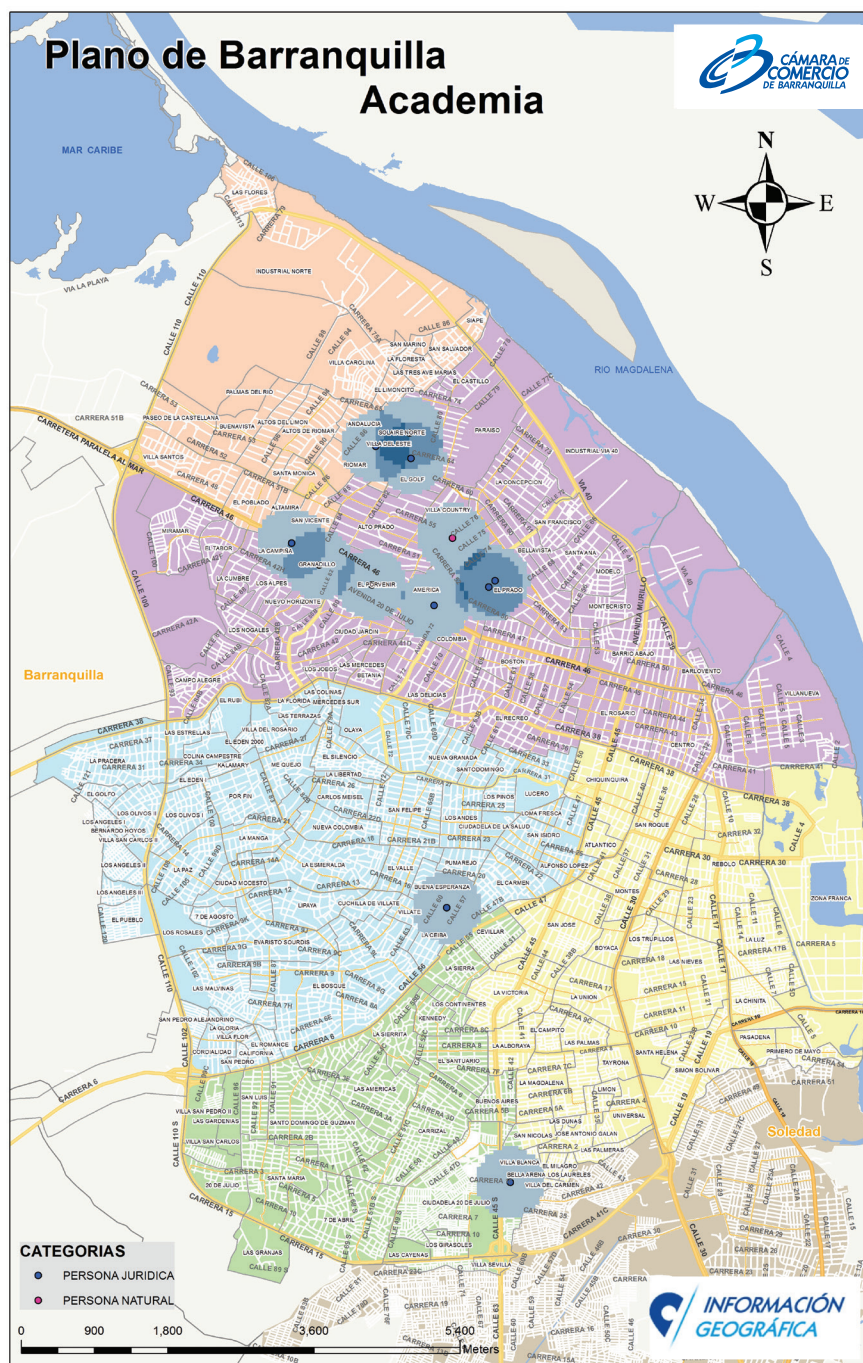
En el eslabón transporte, por su parte, se observa que igualmente Barranquilla capta 91,4% de las sociedades y personas naturales que conforman dicho eslabón, seguido de Soledad con el 5%. Ahora bien, es válido señalar que este presenta la menor concentración de sociedades y personas naturales en Barranquilla en comparación con los otros eslabones. A nivel de localidades, en el Norte Centro Histórico y en el Suroriente con el 51,4% y 16,2%, en su orden, se registran las mayores concentraciones de unidades productivas seguidas de Riomar con 12,2%, Suroccidente (5,4%) y Metropolitana con el 2,7%.

Ilustración 7. Plano Barranquilla - eslabón transporte



Finalmente, el eslabón academia que posee el más bajo número de empresas dentro de toda la cadena de valor del segmento TEN, se aprecia que este no exhibe grandes aglomeraciones; además, el 100% de las empresas se encuentran en Barranquilla, siendo la localidad Norte Centro Histórico, con el 75%, la más representativa, mientras que en Riomar, Suroccidente y Suroriente registran un 8,3% cada una.

Ilustración 8. Plano Barranquilla - eslabón academia



7. Edades de las empresas

“El desempeño de las empresas se relaciona con diferentes factores como el entorno, la legislación y las estrategias gerenciales, por ejemplo. Esta última puede estar estrechamente ligada con un factor adicional que llega por lo general a ser determinante en el comportamiento de las compañías, y es la edad. En efecto, no será igual la estrategia de una empresa nueva, cuyo objetivo principal por naturaleza debe ser posicionarse en el mercado, que para una con más de dos décadas en operación, puesto que seguramente su estrategia se haya diseñado para buscar la expansión en nuevos mercados, siendo estos quizás internacionales”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017). En consecuencia, en el presente documento se decidió analizar las sociedades del segmento TEN por sus fechas de matrícula en la Cámara de Comercio de Barranquilla.

“Es dable reseñar que desde hace muchos años se conocen diferentes teorías referentes al éxito de las empresas, una de ellas está íntimamente ligada con la perdurabilidad, es decir el tiempo en que las

unidades económicas se han mantenido en un segmento productivo determinado. Pero no se puede afirmar que el éxito de una sociedad la lleva a ser perdurable o si por el contrario es la perdurabilidad la que lleva a una compañía a ser exitosa”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017).

Tal como señalan Pacheco, Nieto, & Ochoa (2017) “la longevidad no es una característica marcada en las empresas, como quiera que después de analizar las fechas de matrículas de las compañías que integran los distintos cluster dinamizados por la Cámara de Comercio de Barranquilla”, se observa que el 76% de un total de 1.087 de las empresas (sociedades y personas naturales) del segmento TEN tiene hasta 7 años de haber sido constituidas; el 15,4%, es decir, 220 unidades se encuentra en el rango de 8 a 15 años; entre 16 y 25 años que abarca 78 empresas, les corresponde el 5,5%; en tanto que el resto (3,1%) aparece de 26 años en adelante de estar en el mercado, pero solo dos empresas superan el umbral de 58 años.

Cuadro 9. Edades de las empresas del segmento TEN 2013 - 2017

Edades	Número de sociedades y personas naturales
0 a 7	1.087
8 a 15	220
16 a 25	78
26 a 35	27
36 a 46	6
47 - 57	10
Mayores a 58	2
Total	1.430

Por otra parte, es de considerar que el análisis de edades dentro de cada uno de los eslabones, donde más se concentran las empresas con edades entre 0 a 7 años, es en la organización de eventos con 88%; arte, recreación y cultura con el 82%; alimentos y bebidas, y proveedores de eventos con 78% cada uno; y academia, 75%.

Cuadro 10. Edades de las sociedades y personas naturales del segmento TEN según eslabones 2013 - 2017

Edades en años	Academia	Proveedores de eventos	Alimentos y bebidas	Arte, recreación y cultura	Hoteles	Transporte	Organización de eventos
	Totales						
0 a 7	9	459	238	109	83	38	151
8 a 15	0	83	45	18	43	21	10
16 a 25	3	26	14	5	16	6	8
26 a 35	0	11	6	1	5	3	2
36 a 46	0	3	0	0	2	1	0
47 - 57	0	5	1	0	0	4	0
Mayores a 58	0	0	0	0	0	2	0
Total	12	587	304	133	149	75	171

Ahora bien, en lo referente a edades que oscilan entre 8 y 15 años, los eslabones donde hay el mayor número de unidades son hoteles, 29%, transporte, 28%, alimentos y bebidas con un 15%, mientras que proveedores de eventos y arte, recreación y cultura tienen cada uno el 14%. Lo que puede explicar que las empresas del segmento TEN se caracterizan por ser realmente jóvenes.

De otro lado, al entrar a estudiar las edades para el

caso específico de las sociedades o personas jurídicas del segmento TEN, se observa que estas en términos generales registran porcentajes muy parecidos al conjunto de empresas total (sociedades y personas naturales) ya descrito, así: el 77,8% de las empresas del segmento TEN tiene menos de 8 años de haber sido creadas; el 14,3% se ubica en el rango entre 8 a 15 años; entre 16 y 25 años le corresponde el 4,7%; mientras que el resto (3,1%) presenta de 26 años en adelante de estar en funcionamiento.

Cuadro 11. Edades de las sociedades del segmento TEN 2013 - 2017

Edades en años	Número de sociedades
0 a 7	903
8 a 15	166
16 a 25	55
26 a 35	20
36 a 46	4
47 - 57	10
Mayores a 58	2
Total	1.160

Siguiendo con el análisis de las edades según eslabones del segmento TEN, para lo que se refiere a sociedades, se encuentra que en el rango de 0 a 7 años el mayor porcentaje de empresas lo absorbe organización de eventos con el 97%, seguido de arte, recreación y cultura con el 83%, luego aparece academia, 80% y proveedores de eventos y alimentos y bebidas con el 78% cada uno.

Cuadro 12. Edades de las sociedades del segmento TEN 2013 - 2017

Edades en años	Academia	Proveedores de eventos	Alimentos y bebidas	Arte, recreación y cultura	Hoteles	Transporte	Organización de eventos
	Totales						
0 a 7	8	416	230	103	40	34	72
8 a 15	0	75	43	16	14	18	0
16 a 25	2	23	14	5	6	4	2
26 a 35	0	11	5	0	1	3	0
36 a 46	0	3	0	0	0	1	0
47 - 57	0	5	1	0	0	4	0
Mayores a 58	0	0	0	0	0	2	0
Total	10	533	293	124	61	66	74

En lo relacionado con las empresas que tienen edades que van de 8 a 15 años, la situación es muy similar a la que muestran las sociedades y personas naturales en conjunto; en efecto, el eslabón transporte lleva la delantera con el 27%, seguido de hoteles con el 23%, alimentos y bebidas con un 14,7%, y proveedores de eventos 14,1%.

Al estudiar las edades de las empresas en la categoría de personas naturales del segmento TEN, se evidencia que entre los años de 0 a 7, se muestra el mayor porcentaje, 68,1%, seguido del 20% que corresponde a unidades en el rango de 8 a 15 años, en tanto que el 8,5% es de 16 a 25 años.

Cuadro 13. Edades de las personas naturales del segmento TEN 2013 - 2017

Edades en años	Número de sociedades
0 a 7	184
8 a 15	54
16 a 25	23
26 a 35	7
36 a 46	2
47 - 57	0
Mayores a 58	0
Total	270

En términos de las edades, se demuestra que como ha ocurrido con las sociedades, en esta categoría también el mayor número de empresas se sitúa en el nivel de 0 a 7 años, siendo el eslabón organización de eventos el más representativo con el 81,4%, seguido de proveedores de eventos, 79,6%, alimentos y bebidas, 72,7% y arte, recreación y cultura con el 66,7%.

Cuadro 14. Edades de las personas naturales del segmento TEN según eslabones 2013 - 2017

Edades en años	Academia	Proveedores de eventos	Alimentos y bebidas	Arte, recreación y cultura	Hoteles	Transporte	Organización de eventos
	Totales						
0 a 7	1	43	8	6	43	4	79
8 a 15	0	8	2	2	29	3	10
16 a 25	1	3	0	0	10	2	6
26 a 35	0	0	1	1	4	0	2
36 a 46	0	0	0	0	2	0	0
47 - 57	0	0	0	0	0	0	0
Mayores a 58	0	0	0	0	0	0	0
Total	2	54	11	9	88	9	97

Por su parte en las edades que oscilan entre 8 y 15 años, se destacan los eslabones de hoteles y transporte con un 33% cada uno, seguidos de artes, recreación y cultura, 22,2%, y alimentos y bebidas con el 18,2%.

8. Las 50 empresas del segmento TEN con mayores edades

De esta clasificación, es de resaltar que de los siete eslabones que conforman el segmento TEN del departamento del Atlántico, los que registran un mayor número de empresas son proveedores de eventos con 19 unidades (38%), transporte, 12 (24%), hoteles, 8 (16%), y alimentos y bebidas con 6 empresas (12%). Según categorías, a las sociedades se les atribuye el 78% y a las personas naturales el 22%.

Cuadro 15. Las 50 empresas del segmento TEN con mayores edades

Nombre	Fecha	Eslabones	Categoría
Aerovías del Continente Americano S.A. Avianca	08/07/1931	Transporte	Sociedad
Sodetrans S.A.S.	09/11/1954	Transporte	Sociedad
Expreso Brasilia S.A.	18/10/1961	Transporte	Sociedad
Carvajal Información S.A.S.	10/05/1963	Proveedores de eventos	Sociedad
Viatura Viajes Turismo Eventos Rafael Lobelo & Cía. S.A.S.	12/06/1963	Proveedores de eventos	Sociedad
Sonovista Publicidad S.A.	05/09/1966	Proveedores de eventos	Sociedad
Viajes Soltur Limitada "Soltur "	21/12/1967	Proveedores de eventos	Sociedad
Transportes la Costeña Veloz S.A.S.	20/12/1969	Transporte	Sociedad
Compañía Panameña de Aviación S.A.	06/04/1970	Transporte	Sociedad
Alimentos Concentrados del Caribe S.A.	24/07/1970	Alimentos y bebidas	Sociedad
Viajar Limitada	09/10/1970	Proveedores de eventos	Sociedad
Transportes San Carlos Limitada	22/12/1970	Transporte	Sociedad
Recio Turismo S.A.	20/12/1971	Proveedores de eventos	Sociedad

Nombre	Fecha	Eslabones	Categoría
Oficina Internacional de Viajes Ramarbe S.A.S.	15/10/1973	Proveedores de eventos	Sociedad
Turismo Jaller Raad Limitada	11/06/1979	Proveedores de eventos	Sociedad
Paez González Gustavo	27/04/1981	Hoteles	Persona natural
Chaparro Gómez Hely	01/10/1981	Hoteles	Persona natural
Transporte Servibus S.A.S.	25/11/1981	Transporte	Sociedad
Inversiones Tayrona S.A.S.	09/06/1982	Hoteles	Sociedad
Transportes Rueda Vamos Colombia Limitada	29/09/1982	Transporte	Sociedad
Vianorte S.A.S.	01/12/1982	Proveedores de eventos	Sociedad
Calypso Tours S.A.S.	19/05/1983	Proveedores de eventos	Sociedad
Herrera Michel Víctor Manuel	22/08/1983	Hoteles	Persona natural
Hot America's Favorite Pizza Limitada	16/04/1985	Alimentos y bebidas	Sociedad
Transporte Lobena S.A.S.	15/07/1985	Transporte	Sociedad
Vecino Vecino Pedro Vicente	16/10/1985	Hoteles	Persona natural
Déjate Llevar S.A.S.	25/02/1987	Proveedores de eventos	Sociedad
Rank Internacional de Colombia S.A.S.	24/06/1987	Proveedores de eventos	Sociedad
Restaurante la Gran Paella S.A.S.	06/05/1988	Alimentos y bebidas	Sociedad
Mogollón Naranjo Carmen del Rosario	18/08/1989	Hoteles	Persona natural
Servicios de Alimentación la Vianda S.A.	31/10/1989	Alimentos y bebidas	Sociedad
Castilla Padilla Lucy María	02/11/1989	Organización de eventos	Persona natural
Aguilar Medina y Compañía Limitada	28/12/1989	Alimentos y bebidas	Sociedad
Colpas Caballero Ceris Mariela	15/05/1990	Organización de eventos	Persona natural
Laser Matrix S.A.S.	12/06/1990	Proveedores de eventos	Sociedad
Maraduana S.A.S.	14/09/1990	Proveedores de eventos	Sociedad
Pasticcería Toscana S.A.S.	29/10/1990	Alimentos y bebidas	Sociedad
Munditur S.A.S.	20/12/1990	Proveedores de eventos	Sociedad
León Gómez Carmen Sofía	17/01/1991	Organización de eventos	Persona natural
Comunicamos Limitada	30/01/1991	Proveedores de eventos	Sociedad
Agencia de Viajes y Turismo Aviatur S.A.	08/02/1991	Proveedores de eventos	Sociedad
Taxi Aéreo Caribeño S.A.S.	21/02/1991	Transporte	Sociedad
Rueda Gómez Alirio	16/04/1991	Hoteles	Persona natural
Carnaval de Barranquilla S.A.S.	13/01/1992	Artes, recreación y cultura	Sociedad
Aeromundo Ltda.	05/03/1992	Proveedores de eventos	Sociedad
Hotel Puerta del Sol S.A.	25/03/1992	Hoteles	Sociedad
Marke Comunicaciones S.A.S.	10/12/1992	Proveedores de eventos	Sociedad
Franco Charris Jairo José	01/02/1993	Organización de eventos	Persona natural
Martínez Velásquez Jaime	15/02/1993	Transporte	Persona natural
Transportes Besimor S.A.S.	03/06/1993	Transporte	Sociedad

9. Tamaño de las empresas del segmento TEN

Cuadro 16. Número de sociedades y personas naturales del segmento TEN según tamaño 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	7	21	99	361	488
2014	8	24	109	466	607
2015	10	25	122	602	759
2016	11	27	141	780	959
2017	12	37	162	1.219	1.430

En lo que relativo a la participación según el tamaño¹¹ de las empresas (sociedades y personas naturales) del segmento TEN en el departamento del Atlántico, en el lapso de estudio (2013 – 2017), se tiene que las microempresas contribuyeron en promedio con el 80.8%, seguido de las pequeñas con el 14.9%, medianas, 3.2% y grandes, 1,1%.

En esta clasificación se puede decir que las microempresas experimentaron también un mayor índice de crecimiento anual promedio, el cual se situó en el 35.6%, seguido de las medianas con 15,2%, las grandes compañías, 14,4%, y finalmente las pequeñas con 13,1%.

Fuente: Cámara de Comercio del Barranquilla

¹¹Esta Ley reza que los activos totales de las microempresas llegan hasta 500 Salarios Mínimos Mensuales Legales Vigentes (SMMLV), con un número de empleados no superior a 10 personas; la pequeña empresa de 501 a 5.000 SMMLV en activos totales y de 11 a 50 empleados; la mediana, de 5.001 a 30.000 SMMLV en activos totales y de 51 a 200 trabajadores; y la grande con más de 30.000 SMMLV en activos totales y con un número de empleados que supera los 200.

Cuadro 17. Número de sociedades del segmento TEN según tamaño 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	7	20	94	274	395
2014	8	22	104	363	497
2015	10	23	120	470	623
2016	11	24	135	611	781
2017	12	35	156	958	1.160

Al medir la participación promedio de las sociedades en el mismo periodo de estudio, se aprecia que estas al igual que sucede con el total general, es decir, sociedades y personas naturales, sigue la misma tendencia donde las micro ocupan el primer lugar con el 77,4%, seguida de las pequeñas, 17,6%, medianas, 3,6%, mientras que las grandes empresas lo hacen con el 1,4%.

Ya en términos de crecimiento promedio anual se nota que las micro también se caracterizan por su mayor representatividad, es este caso del 36,7%, las medianas, 15%, las pequeñas el 13,5% y las grandes unidades con el 12%.

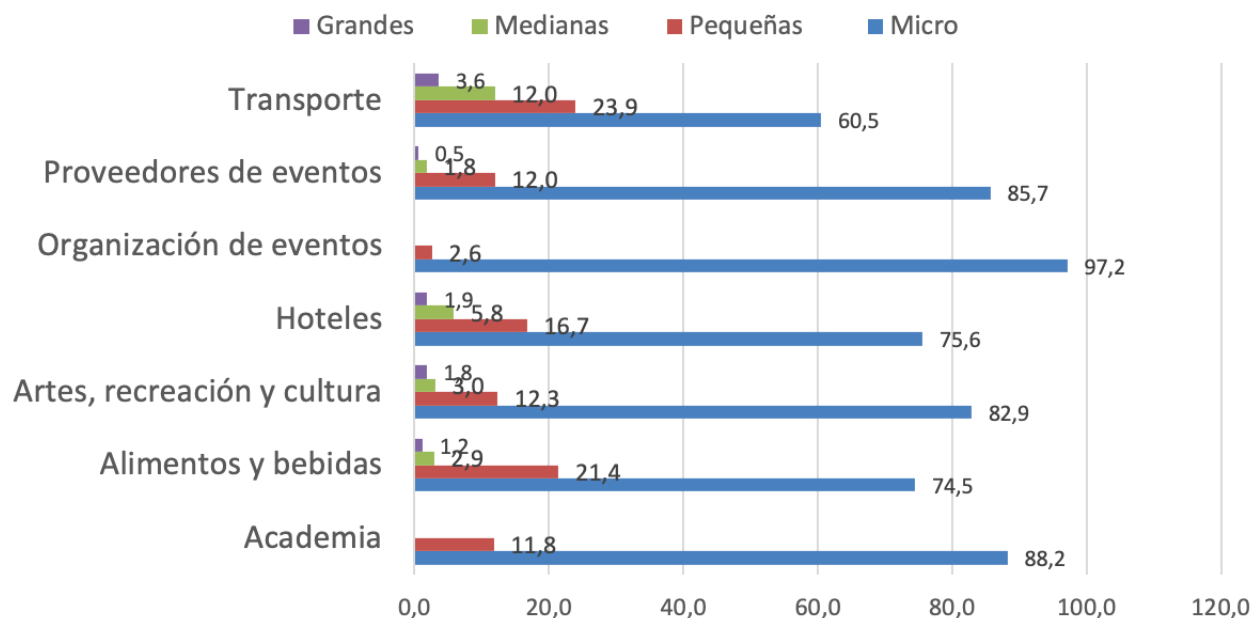
Cuadro 18. Número de personas naturales del segmento TEN según tamaño 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	0	1	5	87	93
2014	0	2	5	103	110
2015	0	2	2	132	136
2016	0	3	6	169	178
2017	1	2	6	261	270

Para el caso particular de las personas naturales aunque se mantiene el mismo orden de las sociedades, aquí las micro aumentan de manera considerable su aporte promedio al llegar al 95,6%, seguido de las pequeñas y medianas con el 3% y 1,3%, respectivamente.

Ahora bien, por el lado del crecimiento promedio entre los años 2013 – 2017, el más alto porcentaje es captado por las micro, 31,6%, seguidas de las medianas, 18,9% y las pequeñas con el 4,7%.

Gráfico 1. Número de sociedades y personas naturales según eslabones y tamaño: participación porcentual promedio 2013 – 2017



Al analizar el número de sociedades y personas naturales del segmento TEN en el Atlántico entre 2013 – 2017 según eslabones y tamaño de las empresas, se encuentra que las micro sobresalen en dicho periodo, siendo la organización de eventos, academia y proveedores de eventos los que tienen las mayores participaciones que oscilan entre el 85% y 97%, tal como se observa en el gráfico1. En cambio las pequeñas unidades registran los más altos

porcentajes en transporte, 23,9%, alimentos y bebidas, 21,4% y hoteles con el 16,7%. Por el lado de las medianas empresas, se destacan por su mayor contribución transporte, 12% y hoteles, 5,8%. Y finalmente en las grandes compañías los eslabones que presentan mayores unidades, en promedio, son transporte, 3,6%, hoteles, 1,9% y artes, recreación y cultura, 1,8%.

10. Empresas nuevas

Para las cámaras de comercio en general se entiende por empresas nuevas, las unidades productivas que se constituyen o registran en estas entidades en un periodo de tiempo determinado, en las diferentes actividades y distintas categorías como son las personas jurídicas (sociedades) y personas naturales.

Cuadro 19. Número de sociedades y personas naturales nuevas en el segmento TEN 2013 - 2017

Años	Sociedades	Personas naturales	Total
2013	81	17	98
2014	118	18	136
2015	118	24	142
2016	169	34	203
2017	268	66	334

Durante el periodo de estudio se crearon 183 sociedades y personas naturales en promedio, lo que equivale el 21,6% del total general promedio (renovadas y constituidas), de las cuales, las primeras tienen una participación del 82,6%, mientras a la segunda categoría se le atribuye el 17,4%. Los años donde hubo mayor número de constituciones fueron

2017 y 2016 con 334 y 203 unidades respectivamente, según el **cuadro 16**.

En términos de tasa de crecimiento anual promedio, se encuentra que el porcentaje más alto se dio en las personas naturales con el 40,4%, en tanto que en las sociedades este alcanzó el 34,9%.

Cuadro 20. Número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones del segmento TEN 2013 – 2017

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	3	1	0	2
Alimentos y bebidas	17	27	25	49	77
Artes, recreación y cultura	14	16	13	17	32
Hoteles	9	7	15	11	21
Organización de eventos	8	7	22	34	59
Proveedores eventos	46	67	61	86	132
Transporte	4	9	5	6	11
Total	98	136	142	203	334

De las sociedades y personas naturales nuevas en conjunto, los eslabones con mayor representatividad promedio en los años de análisis son proveedores de eventos con el 42,9%, alimentos y bebidas, 21,4% y organización de eventos con el 14,2%. Por el lado de los crecimientos promedios anuales es de anotar que organización de eventos registró el más alto índice con el 64,8%, seguido de alimentos y bebidas, 45,9% y proveedores de eventos con el 30,2%.

Cuadro 21. Número de sociedades nuevas según eslabones del segmento TEN 2013 – 2017

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	2	1	0	2
Alimentos y bebidas	17	25	25	48	75
Artes, recreación y cultura	13	16	12	16	31
Hoteles	2	5	8	5	11
Organización de eventos	5	4	10	15	26
Proveedores eventos	40	59	58	80	115
Transporte	4	7	4	5	8
Total	81	118	118	169	268

Al estudiar solo las sociedades por tipo de eslabón, se observa que entre los que mayormente contribuyen en promedio están proveedores de eventos con el 46,7%, seguido de alimentos y bebidas, 25,2% y artes, recreación y cultura con el 11,7%.

Por otra parte, las más altas tasas de crecimiento en promedio durante el periodo de análisis se concentran en los eslabones de hoteles, 53,1%, organización de eventos, 51% y alimentos y bebidas, 44,9%.

Cuadro 22. Número de personas naturales nuevas según eslabones del segmento TEN 2013 – 2017

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	1	0	0	0
Alimentos y bebidas	0	2	0	1	2
Artes, recreación y cultura	1	0	1	1	1
Hoteles	7	2	7	6	10
Organización de eventos	3	3	12	19	33
Proveedores eventos	6	8	3	6	17
Transporte	0	2	1	1	3
Total	17	18	24	34	66

En las personas naturales nuevas se puede decir que los eslabones que presentan una mayor participación promedio en el lapso 2013 – 2017 son organización de eventos, 44%, proveedores de eventos con el 25,2% y hoteles, 20,1%.

Ahora bien es de anotar que las tasas más altas de crecimiento promedio anual ocurren en estos mismos eslabones, así: organización de eventos, 82,1%, proveedores de eventos, 29,7% y hoteles, 9,3%.

Cuadro 23. Número de sociedades y personas naturales nuevas según tamaño del segmento TEN 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	0	0	1	97	98
2014	0	0	5	131	136
2015	0	0	3	139	142
2016	0	0	7	196	203
2017	0	0	5	329	334

El número de sociedades y personas naturales nuevas de acuerdo con el tamaño del segmento TEN, en el lapso de análisis, se puede indicar que tuvo una tasa de crecimiento promedio del 35,9%, siendo las pequeñas unidades las que mostraron el mayor guarismo (49,5%), mientras que el de las micro fue de 35,7%. Contrario sucedió con la participación promedio, donde estas últimas alcanzaron un 97,7%, y el resto corresponde a las pequeñas, 2,3%. Cabe anotar que en el periodo de estudio no se crearon ni medianas ni grandes compañías.

Cuadro 24. Número de sociedades nuevas según tamaño del segmento TEN 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	0	0	1	80	81
2014	0	0	4	114	118
2015	0	0	3	115	118
2016	0	0	7	162	169
2017	0	0	5	263	268

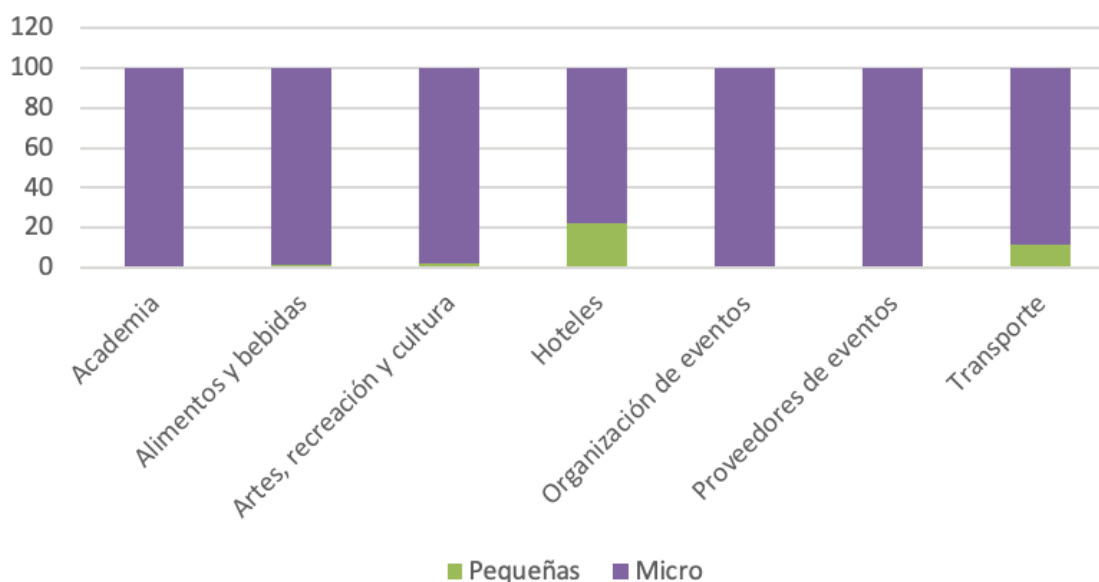
Por el lado de las sociedades se observa que la tasa de crecimiento anual promedio fue igual a la registrada por el total general de empresas (35,9%). En esta categoría las pequeñas empresas tuvieron un índice de crecimiento promedio del 49,5%, en tanto que el porcentaje de las micro fue del 34,7%. Aquí la participación promedio de esta clasificación empresarial también superó el 97%.

Cuadro 25. Número de personas naturales nuevas según tamaño del segmento TEN 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	0	0	0	17	17
2014	0	0	1	17	18
2015	0	0	0	24	24
2016	0	0	0	34	34
2017	0	0	0	66	66

Para el caso particular de las personas naturales, es de comentar que estas registraron en los años de estudio una tasa de crecimiento promedio anual del 40,4%, dado por las microempresas, las cuales representaron el 100%.

Gráfico 2. Número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones y tamaño: participación porcentual promedio 2013 – 2017



Sobre el número de sociedades y personas naturales nuevas según eslabones y tamaño del segmento TEN entre 2013 y 2017, se aprecia que en promedio prevalecen las empresas micro con porcentajes casi del 100%, exceptuando hoteles y transporte donde las pequeñas unidades logran captar del total el 22,2% y 11,4 %, en su orden.

11. Empresas liquidadas

Cuadro 26. Número de empresas liquidadas del segmento TEN según eslabones en 2013 – 2017

Eslabón	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	0	0	0	0
Alimentos y bebidas	2	0	3	6	20
Arte, recreación y cultura	1	3	1	3	8
Hoteles	0	0	3	1	0
Organización de eventos	0	1	1	1	1
Proveedores de eventos	3	2	1	2	12
Transporte	0	1	1	6	1
Total	6	7	10	19	42

Al estudiar el número de sociedades liquidadas en el segmento TEN por eslabones en el departamento del Atlántico, entre 2013 y 2017, que fue en todo el lapso de 84, se observa que en promedio los más altos porcentajes fueron captados en alimentos y bebidas con el 36,9%, seguido de proveedores de eventos, 23,8%, y arte, recreación y cultura con el 19%.

Cuadro 27. Empresas liquidadas del segmento TEN y total general sociedades en 2013 – 2017

Años	Total segmento TEN	Total general Sociedades*	Participación
2013	6	539	1,1%
2014	7	594	1,2%
2015	10	496	2,0%
2016	19	639	3,0%
2017	42	1.206	3,5%
Total	84	3.474	2,4%

*Corresponde al total de las sociedades que se liquidan en la Cámara de Comercio de Barranquilla

Si se comparan las cancelaciones presentadas en el segmento TEN frente al total general de las sociedades liquidadas en la Cámara de Comercio de Barranquilla, en los mismos años de análisis, se determina que la proporción resultante es del 2,4%, siendo los dos últimos años donde se registra el mayor número de sociedades liquidadas, tal como se observa en el cuadro 24.

“Al identificar las razones respecto de la liquidación de las empresas de los cluster, se observa en primera

línea que en un 39,6% el motivo principal fue que no renovaron su matrícula¹², luego sigue el 23,8% por causales directas de disolución por voluntad unánime de los socios; como tercera consecuencia se encontró el cambio de domicilio de las empresas con un 6.6%, mientras que el 30% restante la cancelación de las sociedades se debe a crisis financiera, embargos, decisión del representante legal, cambio de estrategia comercial, etapa de iliquidez, transformación de la empresa y cambio de razón social”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017)

Fuente: Cámara de Comercio del Barranquilla

¹² Ley 1727 de 2014, artículo 31, el cual reza que las sociedades fueron disueltas por no renovar su matrícula en los últimos cinco años.

12. Tasa neta de empresas

Cuadro 28. Sociedades nuevas y liquidadas en el segmento TEN 2013 – 2017

Años	Empresas nuevas	Empresas liquidadas	Tasa neta de empresas
2013	81	6	75
2014	118	7	111
2015	118	10	108
2016	169	19	150
2017	268	42	226
Total	754	84	670

Para determinar la tasa neta de empresas del segmento TEN en el periodo estudiado se restan de las sociedades nuevas las liquidaciones. En este orden se nota que el número ascendió a 670, destacándose los años 2017 y 2016 por reportar los porcentajes más altos, 33,7% y 22,4%, respectivamente.

“Respecto a lo anterior Arellano & Jiménez (2016)

menciona que “Este proceso de creación y destrucción de empresas, puede llevar a un mayor nivel de eficiencia en la economía (...) la reasignación de recursos, entrada y salida de firmas, contribuye a aumentar la productividad agregada” (p.5). Por lo tanto esta dinámica de creación y de disolución de empresas es un proceso natural en los mercados de libre competencias”. (Pacheco, Nieto, & Ochoa, 2017)

13. Activos Totales

El monto de los activos totales de las sociedades y personas naturales del segmento TEN en el departamento del Atlántico para el año 2017 sumó \$14.4 billones, cifra que comparada con el 2013 (\$5.4 billones) da como resultado un crecimiento anual promedio real o a precios constantes¹³ del 22%, sobresaliendo el eslabón de academia con el 241,9%, seguido de organización de eventos, 61,9%, proveedores de eventos, 37% y arte, recreación y cultura con el 34,2%.

De la sumatoria total de los activos en el periodo de estudio, las sociedades reportaron en promedio el 99,6%, en tanto que a las personas naturales les corresponde solo el 0,4% restante.

Cuadro 29. Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones del segmento TEN en 2013 - 2017 (Pesos corrientes)

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	15.865.700	716.120.905	167.172.779	768.417.454	2.167.299.741
Alimentos y bebidas	197.424.166.869	262.891.777.667	354.885.709.085	319.387.912.477	408.242.498.824
Artes, recreación y cultura	45.540.253.784	50.481.161.188	108.852.478.084	355.275.582.500	147.781.985.283
Hoteles	108.026.805.140	119.989.328.221	115.877.980.068	137.257.332.705	213.519.823.011
Organización de eventos	927.884.005	3.303.311.748	2.803.068.063	4.285.543.017	6.375.054.257
Proveedores eventos	110.091.485.054	161.389.621.679	208.888.668.575	251.197.867.595	387.538.726.974
Transporte	4.966.108.436.436	5.689.819.061.902	7.545.652.623.897	7.176.519.621.548	10.850.850.833.362
Total	5.428.134.896.988	6.288.590.383.310	8.337.127.700.551	8.244.692.277.296	12.016.476.221.451

De otro lado, el valor de los activos del segmento TEN representó en promedio en el periodo 2013 – 2017 el 7,5% de la suma global de los activos totales de las sociedades y personas naturales registradas en la Cámara de Comercio de Barranquilla para similar lapso.

Vale decir que en cuanto al aporte dentro de la cuantía global de los activos del segmento TEN, a transporte se le atribuye en promedio en el periodo de análisis el 89,1%, mientras que siguen de lejos alimentos y bebidas con el 3,7% y proveedores de eventos, 2,9%.

Fuente: Cámara de Comercio del Barranquilla

¹³ Resulta después de descontar la inflación. Para el análisis se tomó como base el año 2013 = 100.

Cuadro 30. Activos totales de las sociedades y personas naturales por eslabones del segmento TEN en 2013 - 2017 (Pesos constantes)

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	15.865.700	716.120.905	167.172.779	768.417.454	2.167.299.741
Alimentos y bebidas	197.424.166.869	262.891.777.667	354.885.709.085	319.387.912.477	408.242.498.824
Artes, recreación y cultura	45.540.253.784	50.481.161.188	108.852.478.084	355.275.582.500	147.781.985.283
Hoteles	108.026.805.140	119.989.328.221	115.877.980.068	137.257.332.705	213.519.823.011
Organización de eventos	927.884.005	3.303.311.748	2.803.068.063	4.285.543.017	6.375.054.257
Proveedores eventos	110.091.485.054	161.389.621.679	208.888.668.575	251.197.867.595	387.538.726.974
Transporte	4.966.108.436.436	5.689.819.061.902	7.545.652.623.897	7.176.519.621.548	10.850.850.833.362
Total	5.428.134.896.988	6.288.590.383.310	8.337.127.700.551	8.244.692.277.296	12.016.476.221.451

De otro lado, se observa que según tamaño de las empresas en términos de tasas de crecimiento promedio a las grandes compañías se les atribuye el 22,3%, a las micros, 27%, pequeñas unidades el 15,5%, y las medianas el 14,2%.

En cuanto a la representatividad promedio de los activos, también por tamaño, se nota que las grandes unidades participan en los años de estudio con el 95,8%, después le siguen las medianas con el 2,3%, las pequeñas, 1,7% y las micro que reportaron el 0,3%.

Cuadro 31. Activos totales de las sociedades y personas naturales según tamaño del segmento TEN en 2013 - 2017 (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	5.168.481.469.312	144.701.540.004	101.283.905.626	13.667.982.046	5.428.134.896.988
2014	5.986.654.742.659	171.078.286.858	111.966.206.710	18.891.147.083	6.288.590.383.310
2015	8.004.104.048.638	179.863.480.649	132.428.932.261	20.731.239.003	8.337.127.700.551
2016	7.891.168.021.145	170.829.608.778	156.858.110.560	25.836.536.814	8.244.692.277.296
2017	11.554.909.666.72	245.888.895.566	180.166.991.660	35.510.667.504	12.016.476.221.451

Para el caso de las sociedades o personas jurídicas se evidencia que en el periodo que se analiza, el índice de crecimiento promedio más alto fue absorbido por las micro con el 27,8%, mientras que las grandes obtuvieron el 22,2%, luego siguen las pequeñas unidades con el 16,2% y por último las medianas, 13,7%. Por otra parte, en términos de aportes promedios en los activos, las grandes compañías alcanzaron casi la totalidad, 96%, seguido por las medianas, 2,1%.

Cuadro 32. Activos totales de las sociedades según tamaño del segmento TEN en 2013 – 2017. (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	5.168.481.469.312	138.437.912.471	96.086.766.271	12.600.669.866	5.415.606.817.920
2014	5.986.654.742.659	150.385.083.247	109.212.536.817	17.734.859.061	6.263.987.221.785
2015	8.004.104.048.638	160.990.465.675	131.246.844.060	19.062.692.985	8.315.404.051.358
2016	7.891.168.021.145	145.334.533.349	152.474.418.216	24.351.545.999	8.213.328.518.709
2017	11.523.416.757.678	231.491.967.076	175.053.746.398	33.558.185.037	11.963.520.656.189

En cuanto a las personas naturales se refiere, es de anotar que en estas fueron las empresas medianas que representaron en promedio las tasas más altas de crecimiento, 23,1%, luego aparecen las micro con el 16,3%, en tanto que las pequeñas unidades tuvieron un índice negativo del -0,4% en el periodo comprendido entre 2013 – 2017.

Respecto de la participación promedio por tamaño, aquí se observa que fueron las medianas empresas las que captaron la mayor cuantía que en términos de porcentajes equivale a los 59,9%, seguidas de las grandes con el 22%, las pequeñas, 13% y las micro con el 5,1%.

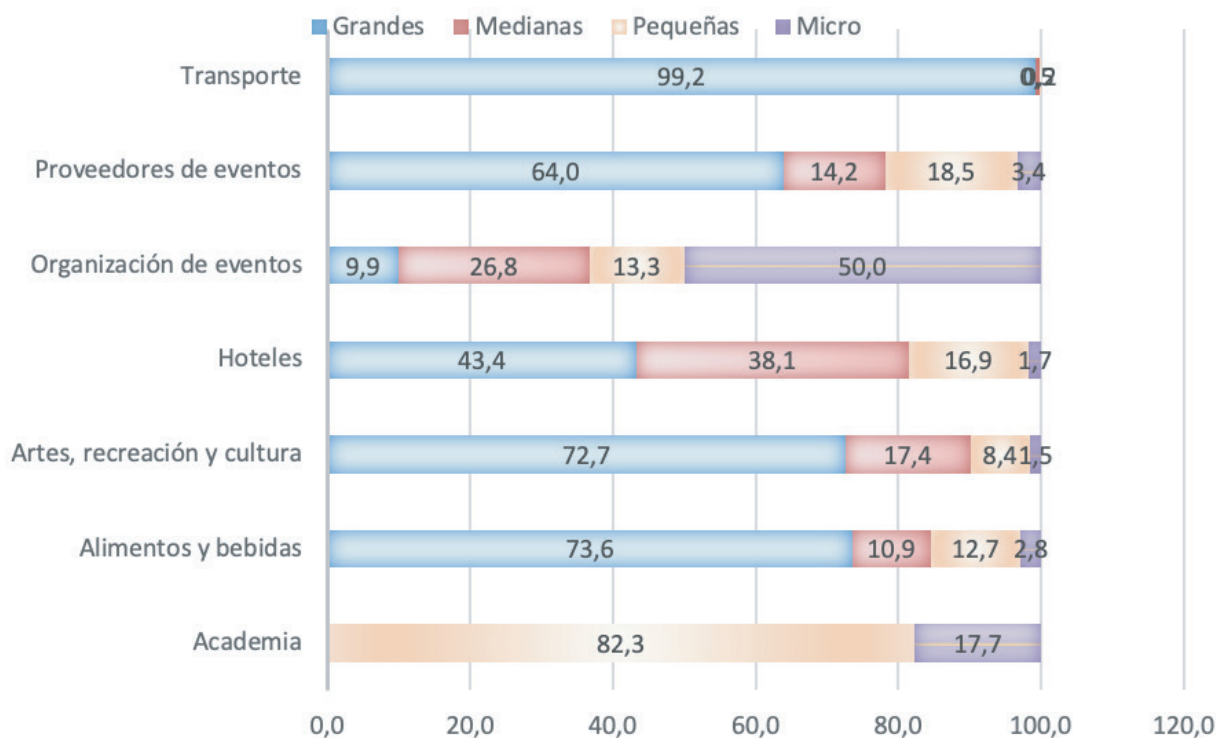
Cuadro 33. Activos totales de las sociedades según tamaño del segmento TEN en 2013 – 2017. (Pesos constantes)

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	0	6.263.627.533	5.197.139.355	1.067.312.180	12.528.079.068
2014	0	20.693.203.611	2.753.669.893	1.156.288.021	24.603.161.525
2015	0	18.873.014.974	1.182.088.201	1.668.546.018	21.723.649.193
2016	0	25.495.075.429	4.383.692.345	1.484.990.814	31.363.758.588
2017	31.492.909.043	14.396.928.490	5.113.245.262	1.952.482.468	52.955.565.262

Como se muestra en el gráfico 3 en el segmento TEN, las grandes unidades son las que poseen también la más alta contribución dentro de los activos, en cinco de los siete eslabones (transporte, alimentos y bebidas, arte, recreación y cultura, proveedores de eventos y hoteles). Después le siguen las pequeñas

empresas en con tres eslabones (academia, proveedores de eventos y alimentos y bebidas), mientras que a las medianas se les atribuye a hoteles y arte, recreación y cultura. Por el lado de las micro, esta clasificación empresarial tiene un mayor peso en organización de eventos y academia.

Gráfico 3. Activos totales según tamaño de las sociedades y personas naturales por eslabón: Participación porcentual promedio 2013 – 2017



14. Ventas Netas

En cuanto a ventas se trata, se puede manifestar que el segmento TEN en el periodo de estudio registró una tasa anual de crecimiento real promedio del 7,6%, a pasar de \$5 billones corrientes en 2013 a 8,1 billones corrientes en 2017. Aquí es de señalar que las grandes empresas tuvieron el mayor índice de crecimiento con el 8%, seguido de las pequeñas con un

porcentaje similar, 7,9%.

En dicha variable se aprecia que los eslabones que sobresalen por obtener los índices de crecimientos más altos son organización de eventos, 107,7%, proveedores de eventos con 13,9% y arte, recreación y cultura, 12,2%.

Cuadro 34. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos corrientes)

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	0	0	0	485.310.000
Alimentos y bebidas	312.360.148.577	372.136.679.928	410.705.855.873	469.841.153.999	537.888.367.594
Artes, recreación y cultura	36.926.347.603	41.593.228.973	61.653.060.219	129.647.405.577	70.443.058.466
Hoteles	53.645.500.090	38.388.483.101	47.986.794.197	58.420.169.040	74.263.957.181
Organización de eventos	336.451.108	5.434.363.020	6.229.399.577	5.609.573.471	7.535.159.357
Proveedores eventos	72.339.402.747	86.825.298.344	106.492.314.512	124.530.389.150	146.427.954.257
Transporte	4.525.897.085.266	5.064.442.095.946	5.500.139.724.879	5.490.386.368.422	7.240.592.822.813
Total	5.001.504.935.391	5.608.820.149.312	6.133.207.149.257	6.278.435.059.659	8.077.636.629.667

Cuadro 35. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos constantes)

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	0	0	0	403.517.087
Alimentos y bebidas	312.360.148.577	358.997.375.968	371.915.109.909	404.407.948.011	447.234.029.761
Artes, recreación y cultura	36.926.347.603	40.124.666.190	55.829.992.048	111.591.845.048	58.570.764.501
Hoteles	53.645.500.090	37.033.072.642	43.454.490.806	50.284.187.502	61.747.698.662
Organización de eventos	336.451.108	5.242.487.961	5.641.039.190	4.828.346.937	6.265.202.758
Proveedores eventos	72.339.402.747	83.759.693.560	96.434.224.859	107.187.458.384	121.749.359.156
Transporte	4.525.897.085.266	4.885.628.107.222	4.980.657.180.910	4.725.758.623.190	6.020.281.718.478
Total	5.001.504.935.391	5.410.785.403.542	5.553.932.037.723	5.404.058.409.071	6.716.252.290.403

Ahora bien el valor total de las ventas del segmento TEN captó, en promedio en los años de estudio, el 11,1% del monto global de las ventas consignadas por las sociedades, cuya fuente es el Registro Mercantil. Es de resaltar que los años 2017 y 2015 se caracterizaron por presentar los mayores porcentajes, así: 11,8% y 11,5, en su orden.

En lo relativo con la participación dentro del valor de las ventas totales por tipo de eslabón es de destacar que a transporte se le atribuye el 89,5% y alimentos y bebidas, 6,7%.

Cuadro 36. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño 2013 - 2017 (Pesos constantes)

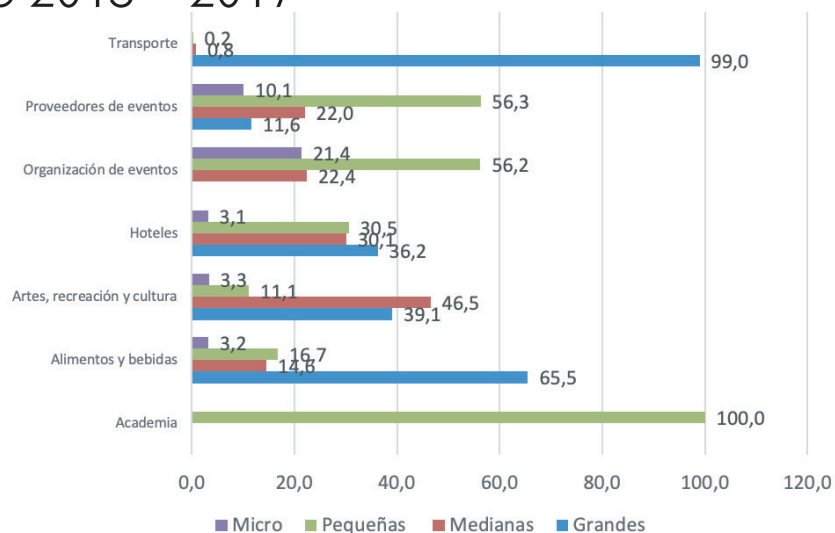
Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	4.671.071.738.249	192.799.640.956	113.176.569.672	24.456.986.514	5.001.504.935.391
2014	5.083.595.153.567	152.899.329.665	148.566.614.704	25.724.305.606	5.410.785.403.542
2015	5.196.728.407.839	161.279.699.805	166.801.593.422	29.122.336.656	5.553.932.037.723
2016	5.056.450.878.147	128.435.441.751	184.687.358.466	34.484.730.708	5.404.058.409.071
2017	6.367.385.569.026	166.909.107.728	153.623.914.717	28.333.698.931	6.716.252.290.403

Por el lado de las ventas según el tamaño de las sociedades, se observa que las grandes representaron el 93,9%, en promedio en el periodo de análisis, en tanto que las medianas, pequeñas y micro participaron con el 2,9%, 2,7% y 0,5%.

el gráfico 4 sobresalen por sus mayores aportes en promedio, durante el lapso de análisis, las grandes compañías en transporte, alimentos y bebidas, y hoteles; las medianas en arte, recreación y cultura; las pequeñas unidades en academia, proveedores de eventos y organización de eventos.

Al discriminar las ventas por eslabones, se ve que en

Gráfico 4. Ventas netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño y eslabones. Participación porcentual promedio 2013 – 2017



15. Utilidades netas

En términos de utilidades de las sociedades del segmento TEN en el departamento del Atlántico, en el periodo de análisis, es de reseñar que estas totalizaron \$83.854 millones corrientes en 2017, mientras que el valor de 2013 fue de \$398.918 millones corrientes, arrojando un crecimiento anual real promedio negativo del -35,3%. Es de considerar que según eslabones los incrementos más altos ocurrieron en organización de eventos con el 94,5% y alimentos y bebidas, 47,8%, mientras que en transporte se presentó una ganancia negativa del -49,5%.

Cuadro 37. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos corrientes)

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	0	0	0	83.911.000
Alimentos y bebidas	3.388.527.568	9.840.523.476	18.094.895.282	11.990.176.120	19.461.135.476
Artes, recreación y cultura	-3.341.991.255	-5.454.682.075	3.795.096.571	1.026.011.553	17.352.393.972
Hoteles	3.315.794.995	4.085.177.877	4.571.109.356	5.350.154.005	4.817.395.565
Organización de eventos	26.022.763	391.190.631	487.589.960	421.386.056	448.138.721
Proveedores eventos	6.460.790.834	7.992.014.396	11.026.110.886	11.766.695.152	11.174.837.160
Transporte	389.068.560.467	241.088.144.661	51.626.290.644	51.546.741.852	30.516.491.657
Total	398.917.705.372	257.942.368.966	89.601.092.699	82.101.164.738	83.854.303.552

Cuadro 38. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN en 2013 – 2017 (Pesos constantes)

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	0	0	0	69.768.853
Alimentos y bebidas	3.388.527.568	9.493.076.863	16.385.851.021	10.320.344.397	16.181.205.185
Artes, recreación y cultura	-3.341.991.255	-5.262.089.596	3.436.653.600	883.122.356	14.427.865.613
Hoteles	3.315.794.995	3.940.939.492	4.139.372.776	4.605.055.952	4.005.483.965
Organización de eventos	26.022.763	377.378.575	441.537.589	362.701.029	372.610.560
Proveedores eventos	6.460.790.834	7.709.834.455	9.984.706.045	10.127.986.876	9.291.458.519
Transporte	389.068.560.467	232.575.867.896	46.750.240.554	44.367.999.528	25.373.319.745
Total	398.917.705.372	248.835.007.685	81.138.361.586	70.667.210.138	69.721.712.440

Estas utilidades significan en promedio en el periodo de estudio el 7.8% de la suma total de las ganancias totales de las personas jurídicas o sociedades registradas en la Cámara de Comercio de Barranquilla para similar lapso.

En lo concerniente con la participación promedio dentro de los años de análisis el nivel de utilidades netas en su gran mayoría se dirigieron al eslabón de transporte con el 84,9%, mientras que a alimentos y bebidas le corresponde el 6,4%, y a proveedores de eventos, 5%.

Cuadro 39. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño 2013 - 2017 (Pesos constantes)

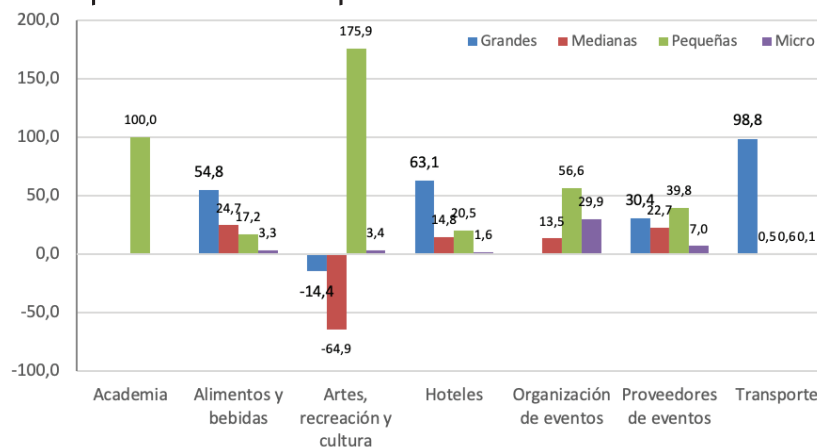
Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	390.021.536.595	1.875.084.137	5.786.397.967	1.234.686.673	398.917.705.372
2014	241.464.394.451	-1.147.811.935	6.883.023.019	1.635.402.150	248.835.007.685
2015	57.998.845.451	12.125.456.029	9.630.464.236	1.383.595.869	81.138.361.586
2016	55.404.797.000	3.051.564.618	10.480.605.164	1.730.243.355	70.667.210.138
2017	39.019.296.785	8.293.883.066	21.591.666.506	816.866.083	69.721.712.440

Respecto de la distribución de las utilidades netas del segmento TEN de acuerdo con el tamaño de las empresas al igual que sucede con las ventas, se nota que las grandes unidades contribuyen en promedio en el lapso estudiado con la más alta proporción, 90,2% y las pequeñas con el 6,3%.

Si se analizan las ventas por eslabones, se aprecia que se destacan por su mayor contribución en promedio,

en el periodo en cuestión, las grandes unidades en transporte, hoteles, y alimentos y bebidas; las pequeñas en academia, organización de eventos y proveedores de eventos. Además, esta clasificación se caracterizó por mostrar en arte, recreación y cultura un incremento promedio que supera el 100%, debido a que en dicho eslabón se presentaron disminuciones en las medianas y grandes. **Ver gráfico número 5.**

Gráfico 5. Utilidades netas de las sociedades del segmento TEN según tamaño y eslabones. Participación porcentual promedio 2013 – 2017



Fuente: Cámara de Comercio del Barranquilla

Por último, vale decir que al estudiar la tasa anual de crecimiento promedio, los resultados más relevantes fueron experimentados por las medianas (45%) y pequeñas empresas, 39%.

16. Número de empleados

El número total de empleados de los diferentes eslabones del segmento TEN del Atlántico, durante 2017 llegó a la suma de 13.125 personas, cifra que comparada con el personal ocupado en el 2013 que fue de 19.746, resulta una tasa de crecimiento promedio anual negativa del -9,7%, exhibiéndose los mayores aumentos en las pequeñas con el 14,3%, seguidas de las micro con el 12,5%; entre tanto las medianas (-29,1%) y grandes unidades (-0,4%) tuvieron disminuciones.

En cambio por nivel de participación, se aprecia que a las medianas compañías les corresponde el mayor porcentaje, 36.4% dentro del promedio total en los años de análisis, seguidas de las pequeñas con el 27.8%, luego le siguen las grandes, 18,7% y finalmente las micro con el 17%.

Cuadro 40. Número de empleados de las sociedades del segmento TEN según tamaño en 2013 – 2017

Años	Grandes	Medianas	Pequeñas	Micro	Total
2013	2.285	12.895	3.038	1.528	19.746
2014	1.822	1.213	2.070	1.712	6.817
2015	1.892	1.687	2.351	2.039	7.969
2016	2.356	1.551	3.096	1.874	8.877
2017	2.242	3.257	5.181	2.445	13.125

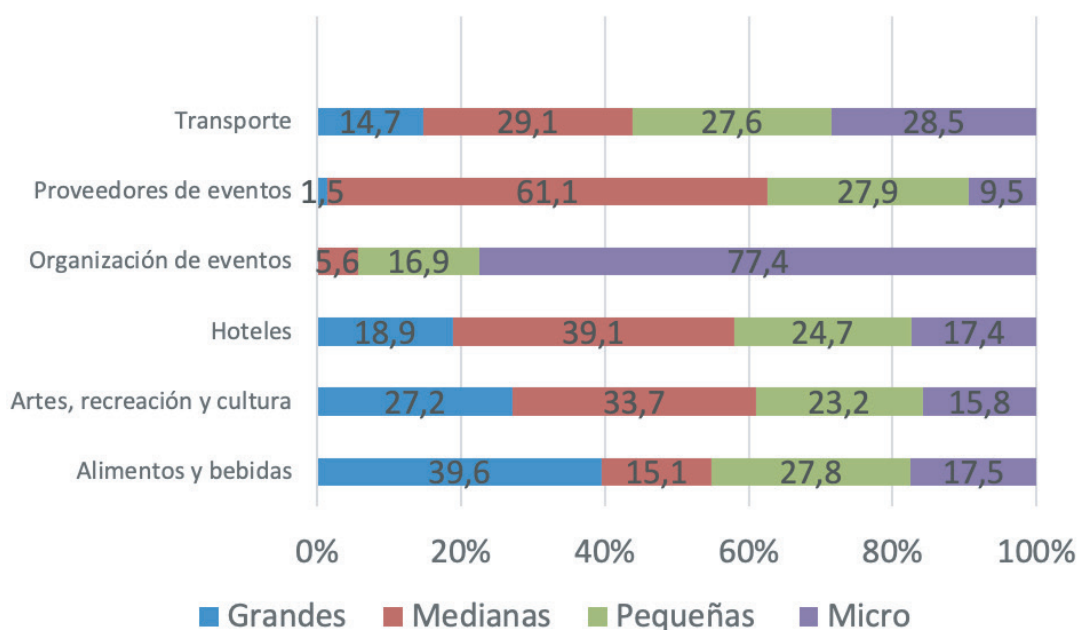
Por otra parte, si se examina la representatividad del personal ocupado en el conjunto de los eslabones, en promedio en los años de análisis, dentro de la suma global del número de empleados de todas las sociedades registradas en la Cámara de Comercio de Barranquilla para similar lapso, da el 4,9%.

Cuadro 41. Número de empleados de las sociedades del segmento TEN según eslabones en 2013 – 2017

Eslabones	2013	2014	2015	2016	2017
Academia	0	375	362	412	49
Alimentos y bebidas	2.337	3.041	3.554	3.922	6.373
Artes, recreación y cultura	184	231	453	470	513
Hoteles	1.423	566	730	881	1.421
Organización de eventos	10	23	24	49	71
Proveedores eventos	13.595	1.257	1.498	1.711	2.669
Transporte	2.197	1.324	1.348	1.432	2.029
Total	19.746	6.817	7.969	8.877	13.125

Por otra parte, si se mide el comportamiento del empleo en todos los eslabones, tal como se indica en el gráfico 6 se encuentra que las medianas empresas se caracterizan por participar mayormente en términos porcentuales en proveedores de eventos, hoteles; arte, recreación y cultura, y transporte; en tanto que las grandes sobresalen en alimentos y bebidas, y las micro en organización de eventos.

Gráfico 6. Número de empleados de las sociedades del segmento TEN según tamaño y eslabones. Participación porcentual promedio 2013 – 2017



17. Incentivos económicos para el turismo

En la literatura científica los incentivos económicos cuando están dirigidos a un determinado segmento productivo, se conciben como un factor que facilita las inversiones, las cuales contribuyen en el corto, mediano y largo plazo al crecimiento y la productividad en las empresas. Asimismo, algunos autores señalan que además de estos, existen otros estímulos que se orientan a mejorar las condiciones de vida de los habitantes de un territorio determinado, es decir, los que son exclusivamente de carácter social. En otras palabras, los incentivos tienen una gran importancia en los agentes que interactúan en el mercado.

En Colombia los incentivos en materia tributaria juegan un importante papel para el desarrollo de los mercados, dado que atrae la inversión extranjera y genera ventajas para que los inversionistas hagan negocios en el país, lo que a su vez dinamiza la economía. Colombia ofrece este tipo de incentivos en diferentes sectores como, por ejemplo, el régimen de zonas francas; en la preservación y conservación del medio ambiente; en la mejora de la calidad educativa; en las inversiones y donaciones para el desarrollo científico y tecnológico; en la cadena de valor del sector turismo, entre otros.

Según información proporcionada por ProColombia

en el país, “hay exenciones en el pago al impuesto a la renta en algunos sectores, en comparación con la tarifa general del impuesto que es del 35% en la actualidad de acuerdo con la más reciente reforma tributaria de 2016¹⁴. Este beneficio lo reciben sectores relacionados con aprovechamiento de nuevas plantaciones forestales; rentas asociadas a vivienda de interés social y vivienda de interés prioritario (enajenación de predios destinados al desarrollo de proyectos, primera enajenación de vivienda, enajenación de precios para proyectos de renovación urbana); venta de energía eléctrica generada con base en energía eólica, biomasa o residuos agrícolas, solar, geotérmica o de los mares; y servicio de transporte fluvial con embarcaciones y planchones de bajo calado.”

En el sector turismo el Gobierno ofreció una tarifa especial del 9% en impuesto sobre la renta para los servicios hoteleros prestados en centros que se construyan, remodelen o amplíen antes del 31 de diciembre del 2017 hasta por 30 años¹⁵. También ofrece beneficios hasta el año 2022 para los servicios de ecoturismo¹⁶ certificado por el Ministerio de Ambiente y el aprovechamiento de nuevos cultivos de tardío rendimiento como cacao, caucho, palma de aceite, cítricos y frutales, según información de ProColombia.

¹⁴ Ley 1819 de 2016

¹⁵ Estatuto Tributario artículo 207-2 numerales 3° y 4°

¹⁶ Decreto 2755 de 2003

Otro de los importantes beneficios ofrecidos por el país al sector del turismo es la exención de IVA para servicios de turismo prestados a no residentes, que sean utilizados en territorio colombiano, originados en los paquetes vendidos por agencias operadoras u hoteles inscritos en el registro nacional de turismo o en los paquetes turísticos vendidos por hoteles inscritos en el registro nacional de turismo a las agencias operadoras.

Es de resaltar el hecho que el gobierno colombiano ha hecho grandes esfuerzos para aumentar el desarrollo del sector turístico. Sin embargo, las diferentes políticas públicas, deja por fuera de esta legislación agentes importantes de la cadena de valor de este segmento según menciona el siguiente estudio de la revista Saber, Ciencia y Libertad:

“En realidad, se entiende que existe un gran interés de parte del estado para lograr que el turismo se convierta en un actor de gran nivel dentro de la economía del país generando riqueza y empleo, pero el turismo indudablemente tiene más actores que han sido ignorados a la hora de señalar las políticas de desarrollo económico de parte del gobierno central”.

Ahora bien, en 2016 con el Decreto 297, la administración gubernamental central diseñó un paquete de medidas tendientes a estimular el crecimiento de las agencias de viaje, y a otros

servicios turísticos comprados por visitantes residentes en el extranjero, exceptuándolos del pago de IVA.

Además, es necesario también generar un valor agregado a la oferta del país en materia de turismo para conseguir una mayor preferencia por parte de los turistas en relación con las demás naciones que poseen y ofrecen estos servicios.

Impacto de los incentivos económicos en el turismo colombiano

Según un informe elaborado por ProColombia, los incentivos tributarios enfocados en la construcción de nuevos hoteles y sumado al desempeño de la economía del país, han contribuido a que cadenas internacionales se instalen en Colombia. En el año 2016 se abrieron 23 nuevos hoteles que aportaran una oferta de 4.238 habitaciones, por su parte Bogotá y Cartagena lideraron la lista de aperturas, afirma dicha entidad.

Por otra parte, Colombia mostró un ascenso en el ranking ICCA¹⁷ 2016, ocupando así el puesto N° 29, este resultado debido a que en el año 2016 el país realizó 147 eventos internacionales organizados por asociaciones y federaciones. Las ciudades según el informe que presentaron el mayor número de eventos de este tipo fue Bogotá (45) y Medellín (42).

¹⁷ Internacional Congress and Convention Association

Conclusiones

El término cluster lo define Michael Porter (1990) en su estudio la Ventaja Competitiva de las Naciones, como “una agrupación de empresas e instituciones relacionadas entre sí, pertenecientes a un mismo sector o segmento de mercado, que se encuentran próximas geográficamente y que colaboran para ser más competitivos”.

Para la Cámara de Comercio de Barranquilla el concepto de clúster consiste en “un conjunto de industrias de apoyo y relacionadas que se organizan alrededor de usos finales comunes. El clúster es mucho más que un sector y que una cadena productiva”.

En la estructura empresarial del Atlántico para 2017 la mayor cantidad de unidades productivas recae sobre las microempresas, lo cual representa el 90,5% del total, este porcentaje ha sido similar en años anteriores.

Respecto a las tasas anuales de crecimiento, las pymes toman la delantera con un 8%, seguidas por las microempresas con 6.6% y en último lugar las grandes compañías que registraron un crecimiento negativo (-2.8%).

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo internacional ha presentado un crecimiento sostenido durante 7 años consecutivos con una tendencia positiva (4%).

Para el año 2017 según la OMT el turismo internacional exhibió un notable aumento (7%).

Para 2017, según la Asociación Nacional de Instituciones Financieras (ANIF), la participación del sector turismo alcanzó a representar aproximadamente el 3% del PIB nacional.

Según información proporcionada por el Centro de Información Turística de Colombia (CITUR) entre 2015 y 2017 el número de unidades dedicadas a la prestación de servicios turísticos presenta una variación de 7,2% al 11,3%.

El segmento de Turismo, Eventos y Negocios (TEN) se encuentra integrado por actividades económicas relacionadas con la promoción del turismo de negocios como hotelería, recintos feriales, agencias de viajes, restaurantes, transporte aéreo y terrestre, organizadores profesionales de congresos y eventos.

Por el impacto positivo del TEN a nivel local en materia de desarrollo socioeconómico el “Equipo Destino”, conformado por la Alcaldía Distrital de Barranquilla, la Gobernación del Atlántico, ProBarranquilla y la Cámara de Comercio de Barranquilla, le confiere un alto grado de relevancia por ser un segmento estratégico para la proyección de esta sección del país a nivel nacional e internacional.

El segmento TEN en el departamento del Atlántico durante 2017 lo conforman 1.430 empresas, entre sociedades y personas naturales. Corresponde de esta cifra el 81,1% a la primera categoría, mientras que con el 18,9% restante participa la segunda.

La cadena de valor del segmento TEN la integran 7 eslabones: academia, alimentos y bebidas, arte, recreación y cultura, hoteles, organización de eventos, proveedores de eventos y transporte.

Respecto del número de unidades productivas, las mayores tasas de crecimiento promedio entre los años 2013 y 2017, se dan en los eslabones de organización de eventos (71%), academia (56,5%), proveedores de eventos (31,4%) y alimentos y bebidas (30,8%).

El eslabón con mayor número de sociedades y personas naturales promedio, es proveedores de eventos con 346 unidades (40,7%), seguido de alimentos y bebidas con 185 empresas y una participación de 21,8%, y hoteles con 107 empresas, lo que equivale al 12,6% del total.

Dentro de la cifra promedio global de sociedades y personas naturales de la Cámara de Comercio de Barranquilla, el número promedio del total de empresas del segmento TEN durante el periodo 2013 – 2017 representó el 3%.

La tasa anual de crecimiento del número de sociedades se ubicó en promedio en 30,9% durante el periodo de análisis, entre tanto en las personas naturales el porcentaje fue relativamente igual, 30,5%.

Dentro del número de sociedades los más altos índices de crecimiento lo alcanzaron los eslabones de organización de eventos con el 80,3%, academia, 77,8%, alimentos y bebidas, 31,5%, y proveedores de eventos con el 31,2%.

Con relación al número de sociedades, las mayores participaciones estuvieron en los eslabones de proveedores de eventos que absorbe el 45,7%, alimentos y bebidas con una participación de 25,5%, arte, recreación y cultura, con un porcentaje de 10,6%; y transporte que aporta el 7,2%.

Referente al número de personas naturales, las mayores tasas promedio de crecimiento anual en el periodo de estudio fueron para organización de eventos con el 65,3%, proveedores de eventos, 33,5%, academia, 18,9%, y alimentos y bebidas con el 16,4%.

En cuanto al aporte promedio de acuerdo con los eslabones, hoteles se caracteriza por tener la más alta representatividad dentro de las personas naturales con un 41%, seguido de organización de eventos cuya participación es del 25,8%, y proveedores de eventos absorbió el 19,1%.

La ubicación territorial de las unidades productivas (sociedades y personas naturales) del Segmento TEN del Atlántico, se concentran especialmente en Barranquilla con un 88,9%, y Soledad con el 5%.

Dentro de Barranquilla el número de unidades productivas (sociedades y personas naturales) se agrupa mayormente en la localidad de Norte - Centro Histórico (61,5%), seguida por Riomar con un 18,7%; Suroriente, 9,4%; Suroccidente, 5% y Metropolitana, 2,8%.

Las más altas proporciones dentro de cada eslabón se concentran particularmente en la localidad Norte – Centro Histórico.

El 76% de sociedades y personas naturales del segmento TEN tiene hasta 7 años de haber sido constituidas; el 15,4%, está en el rango de 8 a 15 años; entre 16 y 25 años les corresponde el 5,5%; en tanto que el resto (3,1%) aparece de 26 años en adelante de estar compitiendo en el mercado.

Los eslabones donde se concentran las unidades productivas con edades entre 0 a 7 años, es organización de eventos con 88%; arte, recreación y cultura con el 82%; alimentos y bebidas, y proveedores de eventos con 78% cada uno; y academia, 75%.

En términos de participación según el tamaño de las sociedades y personas naturales, se tiene que las microempresas contribuyeron en promedio con el 80.8%, seguido de las pequeñas con el 14.9%, medianas, 3.2% y grandes, 1,1%.

Las microempresas, en cuanto a número se refiere, presentaron el mayor índice de crecimiento anual promedio en sociedades y personas naturales, el cual se situó en el 35,6%, seguido de las medianas con 15,2%, las grandes compañías, 14,4%, y finalmente las pequeñas con 13,1%.

Respecto a las sociedades, las micro también se caracterizan por su mayor representatividad, 36,7%, luego las medianas, 15%, las pequeñas el 13,5% y las grandes unidades con el 12%.

En las personas naturales el número de micro se caracteriza por aportar el 95,6%, luego las pequeñas y medianas con el 3% y 1,3%, respectivamente.

Durante el periodo de estudio se crearon 183 sociedades y personas naturales en promedio, lo que equivale el 21,6% (renovadas y constituidas).

En términos de la tasa de crecimiento anual promedio, el porcentaje más alto se dio en las personas naturales (40,4%), las sociedades alcanzaron el 34,9%.

De las sociedades y personas naturales nuevas, los eslabones con mayor representatividad promedio son proveedores de eventos (42,9%), alimentos y bebidas (21,4%) y organización de eventos (14,2%).

En las sociedades nuevas, entre los eslabones que mayormente contribuyen en promedio son proveedores de eventos (46,7%), alimentos y bebidas (25,2%) y artes, recreación y cultura (11,7%).

En el periodo de estudio no se crearon ni medianas ni grandes compañías para el segmento TEN.

El número de sociedades liquidadas en el segmento TEN durante el periodo de estudio fue de 84 unidades, donde los más altos porcentajes estuvieron en los eslabones de alimentos y bebidas con el 36,9%, seguido de proveedores de eventos, 23,8%, y arte, recreación y cultura con el 19%.

La tasa de neta de empresas (nuevas menos liquidaciones) ascendió a 670, resaltando los años 2017 y 2016, los que mostraron los más altos porcentajes, 33,7% y 22,4%, respectivamente.

El valor de los activos totales de las sociedades y personas naturales del segmento TEN en el departamento del Atlántico para el año 2017 sumó \$14.4 billones corrientes.

Entre 2013 y 2017 el monto de los activos de las sociedades representó en promedio el 99,6%, en tanto que a las personas naturales les corresponde solo el 0,4%.

El segmento TEN absorbió en promedio en el periodo 2013 – 2017 el 7,5% de la suma global de los activos totales de las sociedades y personas naturales registradas en la Cámara de Comercio de Barranquilla para similar lapso.

Las grandes unidades productivas, entre sociedades y personas naturales, son las que poseen la más alta contribución dentro de los activos promedio, en cinco de los siete eslabones (transporte, alimentos y bebidas, arte, recreación y cultura, proveedores de eventos y hoteles).

La tasa anual de crecimiento real promedio de las ventas en las sociedades fue del 7,6%, al pasar de \$5 billones corrientes en 2013 a 8,1 billones corrientes en 2017.

Las grandes sociedades tuvieron el mayor índice de crecimiento en las ventas con el 8%, seguido de las pequeñas con un porcentaje similar, 7,9%.

Lo mayores aportes en ventas promedio lo generan las grandes compañías en transporte, alimentos y bebidas, y hoteles; las medianas en arte, recreación y cultura; las pequeñas en academia, proveedores de eventos y organización de eventos.

Las sociedades totalizaron \$83.854 millones en utilidades corrientes en 2017, mientras que el valor de 2013 fue de \$398.918 millones de utilidades corrientes, obteniendo un crecimiento anual real promedio negativo del -35,3%.

Las grandes compañías contribuyen en promedio con la más alta proporción de utilidades, 90,2%, y las pequeñas con el 6,3%.

Las empresas grandes en transporte, hoteles, y alimentos y bebidas mostraron las participaciones más altas en utilidades; seguidas de las pequeñas en academia, organización de eventos y proveedores de eventos.

El número total de empleados, durante 2017 llegó a la suma de 13.125 personas, en comparación con 2013 que fue de 19.746, resulta una tasa de crecimiento promedio anual negativa del -9,7%.

Los mayores incrementos del número de empleados en las sociedades se exhiben en las pequeñas con el 14,3%, seguidas de las micro con el 12,5%.

Las más altas disminuciones en términos de número de empleos en las sociedades se presentan en las medianas (-29,1%) y grandes unidades (-0,4%).

En el número de empleados son las medianas empresas las que participan mayormente en los eslabones de proveedores de eventos, hoteles; arte, recreación y cultura, y transporte; y las grandes sobresalen en alimentos y bebidas, y las micro en organización de eventos.

En el sector turismo del país el Gobierno ofreció una tarifa especial del 9% en impuesto sobre la renta para los servicios hoteleros.

El gobierno ofrece como incentivo beneficios tributarios hasta el año 2022 para los servicios de ecoturismo.

Otro aporte del Gobierno es que busca incentivar el sector turístico en Colombia es absolver de IVA a los servicios de turismo prestados a no residentes.

Los incentivos tributarios con un enfoque en la construcción de nuevos hoteles, han contribuido a que cadenas internacionales se instalen en Colombia, Según informa ProColombia.

Producto de los incentivos ofrecidos por el Gobierno en el año 2016, de acuerdo con ProColombia, se abrieron 23 nuevos hoteles que aportaron 4.238 habitaciones.

B i b l i o g r a f í a

- Arellano, P., & Jiménez, E. (2016). Dinámica empresarial: brechas regionales y sectoriales de las pymes en Chile. Obtenido de Ministerio de economía, fomento y turismo de Chile: <http://www.economia.gob.cl/>
- Arrieta, D. (4 de Diciembre de 2017). La apuesta de la Región Caribe por el turismo. El Heraldo.
- Betín, T. (29 de Diciembre de 2017). La Guajira y Atlántico, entre los de mayor crecimiento en turismo de extranjeros en 2017. El Heraldo .
- Cámara de Comercio de Barranquilla. (2013 - 2017). Base de Datos del Registro Mercantil. Barranquilla.
- CITUR . (2017). Centro de Información Turística de Colombia . Obtenido de <http://www.citur.gov.co/>
- Clavijo, S., & Joya, J. (2018). Desempeño del sector turismo en Colombia.
- Destination Marketing Association International. (2016). Mapa estratégico para la próxima generación de marketing de destinos globales. Barranquilla.
- Doeringer, P., & Terkla, D. (1995). Business strategy and cross-industry clusters. Obtenido de <https://clustereconomico.wordpress.com/>
- Enright, M. J. (July / August de 1992). Why Local Clusters are the way to win the game. Obtenido de <http://esapvirtual.esap.edu.co/ojs/index.php/admindesarro/article/view/160/pdf>
- ikei. (2014). Cadena de valor de turismo, eventos - negocios: análisis y diagnóstico. Barranquilla.
- Krugman, P. (1992). Geografía y comercio. Barcelona, España: Antoni Bosch.
- Mendoza, J., & Osorio, S. (2005). El cluster turístico del Atlántico: situación actual, prospectiva y estrategias. Barranquilla.
- MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO & DNP. (2014). PLAN SECTORIAL DE TURISMO 2014 - 2018. Bogotá.
- Naciones Unidas. (2013). Turismo sostenible: contribución del turismo al crecimiento económico y al desarrollo sostenible.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Ginebra.
- Organización Mundial del Turismo y Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas. (2016). El sector turístico y los objetivos del desarrollo sostenible . Obtenido de http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/turismo_responsable_omt_pm_acc_20170126.pdf
- Pacheco, G., Nieto, D., & Ochoa, R. (2017). Análisis del comportamiento de las empresas de los cluster 2010 - 2016. Barranquilla: Cámara de Comercio de Barranquilla.
- Peña, A. (2010). Comparativo de incentivos turísticos por países latinoamericanos en materia tributaria. Saber, Ciencia y Libertad, 165 - 172.
- Porter, M. (1991). La Ventaja Competitiva de las Naciones. Buenos Aires, Argentina: J. Vergara Editor S.A.
- PROCOLOMBIA. (2016). Incentivos para hacer negocios de turismo y sector hotelero. Colombia.
- Ramos, J. (Diciembre de 1998). Una estrategia de desarrollo a partir de los complejos productivos en torno a los recursos naturales. Obtenido de CEPAL: <http://www.cepal.org/es/>

A n e x o s

Eslabones	Código CIIU	Descripción CIIU
Academia		
	P855300	Enseñanza cultural
	P852300	Educación media técnica y de formación laboral
Alimentos y bebidas		
	I563000	Expendio de bebidas alcohólicas para el consumo dentro
	I562900	del establecimiento
	I562100	Actividades de otros servicios de comidas
		Catering para eventos
	G463200	Comercio al por mayor de bebidas y tabaco
	G463100	Comercio al por mayor de productos alimenticios
	G471100	Comercio al por menor en establecimientos no especializados con surtido compuesto principalmente por alimentos, bebidas o tabaco
	A014500	Cría de aves de corral
	C108400	Elaboración de comidas y platos preparados
	C108100	Elaboración de productos de panadería
	I561100	Expendio a la mesa de comidas preparadas
	I561300	Expendio de comidas preparadas en cafeterías
	I561200	Expendio por autoservicio de comidas preparadas
	I561900	Otros tipos de expendio de comidas preparadas n.c.p.
	A031100	Pesca marítima

Arte, recreación y cultura

9999999	(*) Otras actividades
R931200	Actividades de clubes deportivos
R900700	Actividades de espectáculos musicales en vivo
J592000	Actividades de grabación de sonido y edición de música
R932100	Actividades de parques de atracciones y parques temáticos
J591100	Actividades de producción de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión
R900600	Actividades teatrales
N772100	Alquiler y arrendamiento de equipo recreativo y deportivo
R900500	Artes plásticas y visuales
R900400	Creación audiovisual
R931100	Gestión de instalaciones deportivas
R900800	Otras actividades de espectáculos en vivo
R932900	Otras actividades recreativas y de esparcimiento n.c.p.
H491100	Transporte férreo de pasajeros

Hoteles

I551200	Alojamiento en apartahoteles
I551300	Alojamiento en centros vacacionales
I551100	Alojamiento en hoteles
I551400	Alojamiento rural
I559000	Otros tipos de alojamiento n.c.p.
I551900	Otros tipos de alojamiento para visitantes

Organización de eventos

N823000	Organización de convenciones y eventos comerciales
---------	--

Proveedores de eventos

9999999	(*) Otras actividades
M702000	(p) actividades de consultoría de gestión
Q869900	(p) otras actividades de atención de la salud humana
M701000	Actividades de administración empresarial
N781000	Actividades de agencias de empleo
N782000	Actividades de agencias de empleo temporal
N822000	Actividades de centros de llamadas (call center)
C181100	Actividades de impresión
N791100	Actividades de las agencias de viaje
H532000	Actividades de mensajería
N791200	Actividades de operadores turísticos
N801000	Actividades de seguridad privada

C181200	Actividades de servicios relacionados con la impresión
J611000	Actividades de telecomunicaciones alámbricas
M741000	Actividades especializadas de diseño
K649200	Actividades financieras de fondos de empleados y otras formas asociativas del sector solidario
L681000	Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados
H531000	Actividades postales nacionales
N772100	Alquiler y arrendamiento de equipo recreativo y deportivo
N772900	Alquiler y arrendamiento de otros efectos personales y enseres domésticos n.c.p.
N773000	Alquiler y arrendamiento de otros tipos de maquinaria, equipo y bienes tangibles n.c.p.
I562100	Catering para eventos
G475400	Comercio al por menor de electrodomésticos y gasodomésticos de uso doméstico, muebles y equipos de iluminación
G476900	Comercio al por menor de otros artículos culturales y de entretenimiento n.c.p. en establecimientos especializados
G477100	Comercio al por menor de prendas de vestir y sus accesorios (incluye artículos de piel) en establecimientos especializados
N812100	Limpieza general interior de edificios
N812900	Otras actividades de limpieza de edificios e instalaciones industriales
N829900	Otras actividades de servicio de apoyo a las empresas n.c.p.
M749000	Otras actividades profesionales, científicas y técnicas n.c.p.
N799000	Otros servicios de reserva y actividades relacionadas
J631200	Portales web
M731000	Publicidad

Transporte

H522300	Actividades de aeropuertos, servicios de navegación aérea y demás actividades conexas al transporte aéreo
N771000	Alquiler y arrendamiento de vehículos automotores
G451100	Comercio de vehículos automotores nuevos
H511200	Transporte aéreo internacional de pasajeros
H511100	Transporte aéreo nacional de pasajeros
H492300	Transporte de carga por carretera
H492100	Transporte de pasajeros
H501100	Transporte de pasajeros marítimo y de cabotaje
H491100	Transporte férreo de pasajeros
H502100	Transporte fluvial de pasajeros

Nota: los CIIU aquí descritos conforman la cadena de valor completa del Segmento para cualquier territorio. Para el departamento del Atlántico es de anotar que no todos los CIIU son representados en las empresas, dado que en algunos casos aún no existen sociedades o personas naturales que desarrollen dichas actividades.

